Publicado por el Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc.

EDITOR: Denise Gray-Felder
EDITOR DE PRODUCCIÓN: José Antonio Quiroga T., Plural Editores
TRADUCCIÓN: Bertha Pancorvo
CORRECCIÓN DE ESTILO: Alejandra Adoum
REVISIÓN ADICIONAL: Alejandra Adoum, Bernardo Quiroga, Mauricio Murillo, Álvaro Cuéllar Vargas
DIAGRAMADO: Angélica Gutiérrez S.
DISEÑO DE TAPA: Emerson Wajdowicz Studios
DISEÑO DE PORTADILLAS INTERIORES: Jorge Prado

Consorcio de Comunicación para el Cambio Social
14 South Orange Avenue
South Orange, New Jersey 07079
Estados Unidos

Teléfono 1-973-763-1115
Fax 1-973-762-8257
www.communicationforsocialchange.org

© 2008 Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc.
Este libro no puede ser reproducido en ninguna forma, ni transmitido por medios mecánicos, electrónicos, fotocopia, grabación o cualquier otro sin autorización expresa del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Depósito Legal: 4-1-1580-08
ISBN: 978-0-9770357-3-1

Producción:
Plural editores
Av. Ecuador 2337, esq. calle Rosendo Gutiérrez
Teléfono 2411018 / Casilla Postal 5097, La Paz, Bolivia
email: plural@plural.bo / www.plural.bo

Impreso en Bolivia

ANTOLOGÍA DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL:

LECTURAS HISTÓRICAS Y CONTEMPORÁNEAS

Compiladores: Alfonso Gumucio-Dagron y Thomas Tufte

COMMUNICATION FOR SOCIAL CHANGE CONSORTIUM
CONSORCIO DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

Contenido

Prólogo
—Carlos D. Mesa Gisbert 13

Nota del editor
—Denise Gray-Felder 14

Raíces e importancia. Introducción a la Antología de Comunicación para el Cambio Social
—Alfonso Gumucio Dagron y Thomas Tufte 16

Tomo I - Lecturas históricas

La radio como aparato de comunicación / 1932
—Bertolt Brecht 48

Un modelo del proceso de comunicación / 1960
—David Berlo 50

Teoría de la Comunicación: las implicaciones sociológicas entre información y cultura de masas. Definiciones / 1963
—Antonio Pasquali 60

Lo que la comunicación masiva puede hacer y lo que puede ayudar a hacer por el desarrollo nacional / 1964
—Wilbur Schramm 81

Las comunicaciones: instrumento olvidado del desarrollo nacional / 1967
—Luis Ramiro Beltrán S. 94

Anatomía de la incomunicación / 1969
—Luis Ramiro Beltrán 97

Hacia un tercer cine. Apuntes y experiencias para el desarrollo de un cine de liberación en el Tercer Mundo / 1969
—Octavio Getino y Fernando E. Solanas 98

El imperialismo ideológico en las tiras cómicas de Disney / 1971
—Ariel Dorfman y Armand Mattelart 99

La comunicación para el desarrollo en el contexto agrícola / 1971
—Nora C. Quebral 107

La comunicación y la educación / 1972
—Francisco Gutiérrez Pérez 112

El papel de la comunicación tradicional / 1972
—Frank Okwu Ugboajah 124

Participación y comunicación / 1973
—Frank Gerace con la colaboración de Hernando Lázaro 127

Cinco estrategias a utilizar / 1973
—Emile McAnany 138

Una conspiración de la cortesía
—Joseph Ascroft / 1974 140

Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias
—Luis Ramiro Beltrán / 1974 145

Teatro del oprimido / 1974
—Augusto Boal 159

Estrategias de comunicación para el desarrollo rural / 1974
—Gloria D. Feliciano 176

Los medios masivos y los países en desarrollo: una perspectiva mundial del estado actual de los medios de comunicación de masas y su investigación/ 1974
—Kaarle Nordenstreng 180

La filosofía de la comunicación para el desarrollo / 1975
—Juan F. Jamias 185

La aparición de políticas nacionales de comunicación: un nuevo escenario para la lucha social / 1975
—Herbert I. Schiller 190

La necesidad de nuevos modelos / 1976
—Juan Díaz Bordenave ... 192

Un experimento de campo respecto de la televisión y la ignorancia en el agro / 1976
—Prakash M. Shingi y Bella Mody ... 194

Recomendaciones para la comunicación emitidas de 1976 a 1980
—UNESCO ... 195

La revolución freiriana / 1976
—Juan Díaz Bordenave ... 197

La comunicación y el desarrollo: el ocaso del paradigma dominante / 1976
—Everett M. Rogers ... 200

Desde lo lineal hasta lo complejo / 1976
—Juan Díaz Bordenave ... 201

La teoría de la comunicación y el desarrollo rural: una breve reseña / 1977
—Juan Díaz Bordenave ... 220

La estructura transnacional de poder y la información internacional. Elementos para la definición de políticas frente a las agencias transnacionales de noticias / 1977
—Juan Somavía ... 231

Submercados de la industria cultural / 1977
—Dallas W. Smythe ... 232

Medios, consumismo y opinión pública / 1977
— Dallas W. Smythe ... 236

Educar, ¿para qué? / 1978
—Mario Kaplún ... 246

Adiós a Aristóteles: la comunicación "horizontal" / 1979
—Luis Ramiro Beltrán S. ... 257

La comunicación en la pedagogía de Paulo Freire / 1979
—José Marques de Melo ... 278

Hacia una teoría de la comunicación y el cambio social / 1979
—Göran Hedebro ... 282

Lo popular y lo masivo / 1979
—Jesús Martín Barbero ... 287

Sobre los mensajes / 1979
—Daniel Prieto Castillo ... 293

Comunicación y desarrollo / 1979
—Florangel Rosario-Braid ... 249

El sistema de folkcomunicación / 1980
—Luiz Beltrão ... 299

La comunicación, mañana / 1980
—Informe MacBride (UNESCO) ... 307

El papel de la información en la comunicación con los pobres de zonas rurales: algunas reflexiones / 1980
—Emile G. McAnany ... 325

Las artes escénicas filipinas como comunicación para el desarrollo / 1980
—Victor Valbuena ... 338

Incomunicación y fracasos / 1980
—Pierre de Zutter ... 343

Las raíces del verbo comunicar / 1980
—Pierre de Zutter ... 349

Comunicación alternativa, comunicación horizontal, uso alternativo de medios, comunicación participante: ¿cuál es el paradigma? / 1981
—Oswaldo Capriles ... 353

La comunicación transnacional y la respuesta alternativa / 1981
—Fernando Reyes Matta ... 358

Comunicación y sociedad civil: una temática incipiente / 1982
—Elizabeth Fox ... 373

La necesidad de desmitificar nuestras palabras / 1982
—Andreas Fuglesang ... 377

¿Las prioridades de quién? / 1983
—Robert Chambers ... 384

Las circunstancias y los efectos
—Breda Pavlic / 1983 ... 386

Lo popular como dimensión: tópica, retórica y problemática de la recepción / 1983
—Beatriz Sarlo ... 387

Afrontar la edad de la información / 1983
—Breda Pavlic ... 390

Políticas nacionales de información: un alegato en favor de la disociación / 1984
—Cees J. Hamelink ... 391

¿Cuál es el papel del agente externo? / 1984
—Luis Gonzaga Motta ... 419

Organización comunitaria y participación popular / 1984
—Karina C. David ... 421

Un enfoque budista del desarrollo: un empeño de Sri Lanka / 1984
—Wimal Dissanayake ... 433

Continuidad y cambio en los sistemas de comunicación: una perspectiva asiática / 1984
—Georgette Wang y Wimal Dissanayake ... 436

Cuatro objetivos educacionales / 1984
—Francisco Gutiérrez Pérez ... 440

La imagen de la nación en la cultura procesada por la radio / 1985
—Rosa María Alfaro ... 445

El desarrollo centrado en las personas y la investigación participativa / 1985
—L. David Brown ... 451

Para no repetir la historia / 1985
—Eduardo Contreras ... 458

¿Comunicación del gobierno o comunicación de las personas? / 1985
—Nora C. Quebral ... 459

Paradigmas de la comunicación y el desarrollo: una reseña / 1985
—Jan Servaes ... 465

Oramedia en África / 1985
—Frank Okwu Ugboajah ... 475

El reto que enfrentamos / 1986
—George Gerbner ... 485

La radio como herramienta de desarrollo / 1986
—Daudi Mwakawago ... 491

Comunicación como si la gente importara: el reto de la comunicación alternativa / 1986
—Mina Ramírez ... 497

Comunicación, cultura y desarrollo / 1986
—Héctor Schmucler ... 499

Un nuevo orden informático en América Latina: una taxonomía para las políticas nacionales de comunicación / 1986
—Rafael Roncagliolo ... 502

Replantear la comunicación para el desarrollo: una perspectiva holística / 1987
—Neville Jayaweera ... 509

La aplicación de la investigación-acción participativa en América Latina / 1987
—Orlando Fals Borda ... 523

Los términos de la negociación / 1987
—Alfonso Gumucio Dagron ... 536

Comunicación, cultura y hegemonía / 1987
—Jesús Martín Barbero ... 538

Repensar la comunicación de apoyo al desarrollo / 1988
—Silvia Balit ... 548

Comunicación y desarrollo: un marco de análisis / 1988
—Hamid Mowlana y Laurie J. Wilson ... 553

La "lógica" de la extensión como instrumento para inducir al cambio voluntario / 1988
—Niels Röling 560

Complejidad social y opinión pública / 1988
—Giuseppe Richeri 563

Por qué la comunicación para el desarrollo rara vez funciona /1988
—Robert C. Hornik 565

El uso de los medios de comunicación folclóricos en los programas de desarrollo / 1988
—Víctor Valbuena 577

Vídeo popular para el desarrollo rural en Perú / 1989
—J. Manuel Calvelo Ríos 581

Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo. El rol de la dramaturgia cultural en la creación de una esfera pública / 1990
—Robert A. White 583

La comunicación en la participación popular: el empoderamiento del pueblo para su propio desarrollo / 1990
—Erskine Childers 596

La brecha de la heterofilia / 1990
—Robert Agunga 599

Una perspectiva ética del desarrollo / 1991
—Srinivas R. Melkote 608

Crítica de la participación comunitaria / 1992
—Neill McKee 610

Medios comunitarios y tradicionales en la información, educación y comunicación popular: algunas experiencias en la región africana / 1992
—Onuora N. Nwuneli 614

¿Qué comunicación para el desarrollo? / 1993
—Luis Ramiro Beltrán 614

Apuntes para la agenda del siglo XXI / 1993
—Luis Ramiro Beltrán 615

Hacia el camino comunitario / 1993
—Ullamaija Kivikuru 616

La teoría de la difusión y la toma de decisiones participativa / 1994
—Joseph Ascroft y Robert Agunga 628

Otro desarrollo: un no-concepto académico / 1994
—Joseph Ascroft y Sipho Masilela 632

Más allá de los dualismos / 1994
—Robert Huesca y Brenda Dervin 637

Comunicación participativa como parte de la construcción de una sociedad participativa / 1994
—Juan Díaz Bordenave 637

Estrategias de radio para el desarrollo comunitario: un análisis crítico / 1994
—Andrew A. Moemeka 641

La evaluación participativa / 1994
—María Celeste Habito-Cadiz 650

Lo alternativo / 1994
—Daniel Prieto Castillo 653

Palabras desde el corazón: la fuerza del testimonio oral / 1994
—Hugo Slim y Paul Thomson 655

Variedades de evidencia oral / 1994
—Hugo Slim y Paul Thomson 661

Comunicación participativa para el desarrollo: premisas filosóficas / 1994
—Pradip Thomas 667

Poder y control / 1994
—Shirley A. White 674

La participación de las mujeres en la comunicación: los elementos de un marco referencial / 1994
—Pilar Riaño 679

Los medios pequeños y el cambio revolucionario: un nuevo modelo / 1994
—Annabelle Sreberny-Mohammadi Ali Mohammadi 692

Un puñado de pioneros que se fueron demasiado pronto

El proceso de Fogo: entrevista con Donald Snowden
—Wendy Quarry 708

El proceso de Fogo: la comunicación en apoyo del desarrollo en Canadá y el mundo en vías de desarrollo
—H. Anthony Williamson 712

Erskine Childers: un pionero de la comunicación para el desarrollo
—Royal Colle 715

Los medios informativos en la era del neoliberalismo: las contribuciones de Herbert Schiller
—Mark Hudson 729

La calle ancha de la comunicación latinoamericana
—Gabriel Kaplún 736

Tomo II - Lecturas contemporáneas
Paradigmas de comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo
—Juan Díaz Bordenave 746

De nombrar el mundo a teorizar sus relaciones: nuevas direcciones de la comunicación participativa para el desarrollo
—Robert Huesca 748

El conocimiento acerca de la difusión del conocimiento
—Gustavo Cimadevilla 757

La comunicación revisada
—Carlos Eduardo Cortés S. 766

Comunicación de apoyo al desarrollo: ¿un agente de cambio en apoyo a la participación popular o un doble agente de la decepción?
—Stefan Sonderling 773

La evolución de la comunicación para el desarrollo
—Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada 786

Teorías y modelos de cambio de comportamiento
—Collins O. Airhihenbuwa y Rafael Obregón 793

Investigación sobre la comunicación y el desarrollo sostenible en África: la necesidad de una perspectiva nacionalizada
—Francis B. Nyamnjoh 801

La construcción de otra opción: Habermas-Pasquali-Paoli
—José Cisneros 815

La comunicación para el cambio social: ¿por qué importa?
—James Deane 821

¿Hacia una convergencia teórica y empírica?
—Silvio Waisbord 823

El marco conceptual
—Teresa Flores Bedregal 826

La comunicación para el cambio social: un modelo integrado para medir el proceso y sus resultados
—María Elena Figueroa, D. Lawrence Kincaid, Manju Rani y Gary Lewis 834

Comunicación, desarrollo y promoción de la salud: enfoques, balances y desafíos
—José Miguel Pereira G. y Martha Cardozo Buitrago 836

Comunicación, reflexividad y articulación
—Rosa María Alfaro Moreno 837

La comunicación como proceso
—Robert Huesca 842

Apuntes de historia de una comunicología posible. Hipótesis de configuración y trayectoria
—Jesús Galindo Cáceres 844

La multidimensionalidad de lo real y el abordaje comunicacional para el desarrollo sostenible
—Sandra Hebe Massoni 851

Subvertir las convenciones: desafíos en la planificación de la comunicación para el cambio
—Erick R. Torrico Villanueva 856

¿La mejor de las prácticas?
—Warren Feek 861

Evaluando las perspectivas de la construcción teórica
—Raúl Román 863

Geometrías del desarrollo
—Hemant Shah y Karin Gwinn Wilkins 866

Comunicación y transición en el Medio Oriente
—Karin G. Wilkins 872

Tomo II - Lecturas contemporáneas
Cultura popular, narrativa e identidad

La comunicación tradicional y la democratización: consideraciones prácticas
—Pradip Thomas 882

La modernidad anda suelta
—Arjun Appadurai 889

Culturas híbridas y estrategias comunicacionales
—Néstor García Canclini 905

Las funciones de la cultura en una situación de desarrollo
—C. W. Malan 915

Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones
—Rosa María Alfaro 922

La tradicional comunicación para el desarrollo
—Valerio Fuenzalida Fernández 932

El discurso de la cultura popular y el desarrollo: repensando la educación-entretenimiento desde una perspectiva participativa
—J. Douglas Storey 939

Medios e internet
—Eric Kluitenberg 951

Las transformaciones del mapa occult-tural
—Gustavo Cimadevilla 955

Los medios íntimos
— Eric Kluitenberg 957

El programa de investigación de la modernidad/colonialidad
—Arturo Escobar 963

Comunicación y cultura en la sociedad global
—Jesús Martín Barbero 974

La crisis en el servicio público de radio y teledifusión
—Ruth Teer-Tomaselli 977

La diversidad cultural: entre historia y geopolítica
—Armand Mattelart 981

Transformación de las empresas estatales en la Edad Global: lecciones de la radio y teledifusión y las telecomunicación en Sudáfrica
—Ruth Teer-Tomaselli 986

Abarcar el bosque, no sólo un árbol: estrategias culturales para combatir el SIDA
—Arvind Singhal 993

Concentrarse en las voces
—Thomas Scalway 994

Vida cotidiana y edu-entretención en TV
—Valerio Fuenzalida 1003

La dramatización y sus reversos
—Rossana Reguillo 1008

¿De regreso a las trincheras? Llamado urgente para revitalizar la comunicación para la prevención del VIH/SIDA
—Thomas Tufte 1012

El edu-entretenimiento en la comunicación para el desarrollo. Entre el marketing y el empoderamiento
—Thomas Tufte 1017

Tomo II - Lecturas contemporáneas
Movimientos sociales y participación comunitaria

El pueblo al mando
—Chin Saik Yoon 1034

La comunicación participativa para el desarrollo
—Guy Bessette 1034

El ascendiente de los planteamientos participativos
—Chin Saik Yoon 1038

El nuevo comunicador
—Alfonso Gumucio Dagron 1040

La comunicación participativa como acción comunicativa
—Thomas L. Jacobson y Satish Kolluri 1042

Sobre la radio comunitaria
—Rafael Roncagliolo 1043

Si la comunicación comunitaria es la respuesta, ¿cuál es la pregunta?
—Alfred E. Opubor 1054

Diglosia en los medios de comunicación
—Xavier Albó 1055

La radio, conflicto y transición política: el futuro de la radio comunitaria en África
—Aida Opoku-Mensah 1063

Las comunidades como tipos de grupos humanos
—Donald Voth 1071

Las instituciones, la iniciativa y las limitaciones de los planteamientos participativos del desarrollo
—Frances Cleaver 1077

Las teorías de sistemas complejos
—David J. Connell 1094

Comunidad, democracia, diálogo y medios radicales
—John Downing 1103

El estudio de los nuevos movimientos sociales para renovar la investigación de la comunicación para el desarrollo
—Robert Huesca 1115

De medios alternativos a medios ciudadanos
—Clemencia Rodríguez 1131

La comunicación empoderadora
—Paolo Mefalopulos 1148

Comunicación para el cambio social
—J. Manuel Calvelo Ríos 1150

¿Es el "empoderamiento" la respuesta? Teoría e investigación actual sobre la comunicación para el desarrollo
—Robert A. White 1152

Comunicación en movimiento
—Osvaldo León, Sally Burch, Eduardo Tamayo 1154

¿Quién mide el cambio?
—Will Parks, Denise Gray-Felder, Jim Hunt y Ailish Byrne 1160

La participación popular en la comunicación como estrategia para extender el ejercicio de la ciudadanía
—Cicilia M. Krohling Peruzzo 1169

Tomo II - Lecturas contemporáneas
Poder, medios y esfera pública

Visualización de una era posdesarrollo
—Arturo Escobar 1176

Dilemas de las estrategias de campaña
—Nurit Guttman 1189

El pensamiento único
—Ignacio Ramonet 1190

El discurso del desarrollo sobre género y comunicación en las estrategias para el cambio social
—Karin Gwinn Wilkins 1195

El contexto del poder y el poder de los medios
—Bella Mody 1198

Democracia y comunicación
Una entrevista con Armand Mattelart 1199

Rindiendo cuentas sobre el poder en la comunicación para el desarrollo
—Karin Gwinn Wilkins 1208

Poder, conocimiento y control social
en el desarrollo participativo
—Uma Kothari 1221

Globalización y crisis de la representación
—Jesús Martín Barbero 1224

¿Tiene sentido?
—Jan Servaes 1230

Vinculando lo global desde lo local
—Rico Lie 1247

Medios de comunicación y esfera pública democrática
—Rosa María Alfaro 1253

El quinto poder
—Ignacio Ramonet 1260

El poder del movimiento
—Warren Feek 1267

Ensanchando las fronteras teóricas
de la comunicación para el cambio social:
de Freire y Habermas a la multiplicidad
—Alejandro Barranquero 1270

Tomo II - Lecturas contemporáneas
Sociedad de la información y derecho
a la comunicación

África y la autopista de la información:
las mayorías silenciosas en busca de un sendero
Temas de investigación sobre comunicación local
—Francis B. Nyamnjoh 1278

Tecnologías de la información, globalización
y desarrollo social
—Manuel Castells 1284

Transformaciones comunicativas
y tecnológicas de lo público
—Jesús Martín Barbero 1296

Desarrollo social, información y conocimiento:
¿qué pasó con la comunicación?
—Cees Hamelink 1302

Toma cinco: un puñado de condiciones
esenciales para las TIC en el desarrollo
—Alfonso Gumucio Dagron 1308

Medios, democratización y normatividad
—Marc Raboy 1321

Entretejiendo disciplinas: El manejo de los recursos
naturales como un calidoscopio para valorar
el aporte de las TIC
—Ricardo Ramírez 1326

Amenazas y desafíos
—Seán Ó Siochrú y Bruce Girard 1337

Claves para la incorporación creativa
de las tecnologías de la información
y la comunicación a los movimientos sociales
—Víctor Manuel Marí Sáez 1345

¿Brecha o inclusión digital?
—Scott S. Robinson 1351

Sociedad de la información y movimientos
sociales. Alternativas democráticas al modelo
de desarrollo social dominante
—Francisco Sierra 1360

El camino hacia adelante
—Bruce Girard 1373

La gobernanza de los medios globalizados
como lugar potencial de intervención
de la sociedad civil
—Seán Ó Siochrú 1375

Acerca de los autores 1388

Reconocimientos 1409

Índice de autores 1411

Prólogo

Carlos D. Mesa Gisbert
Ex Presidente de Bolivia, escritor y periodista.

"Abrumadora" puede ser una palabra peligrosa para reflejar la dimensión de la *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas*, pero creo que define muy bien un orden de magnitud. Esta monumental antología de textos vinculados a la comunicación para el desarrollo es abrumadora en tanto recoge de un modo exhaustivo, casi enciclopédico y a través de una selección precisa, no sólo el tema específico de la comunicación para el desarrollo, sino probablemente una historia universal (en su exacta acepción) de las ideas referidas a la comunicación durante la segunda mitad del siglo XX y los albores de este siglo.

Las reflexiones que han sido tan bien condensadas en el estudio introductorio de Gumucio y Tufte, nos obligan a pensar no sobre lo que comunicamos, sino sobre lo que somos nosotros mismos, la sociedad humana a partir de los mecanismos para expresarse y expresar, referirse y referir, pero sobre todo mirarse y mirar. Las preguntas más sobrecogedoras de estos textos son: ¿En qué medida hemos sido realmente capaces de expresarnos como individuos, como comunidades, como grupos sociales en el camino de la transformación que cada una de nuestras historias ha demandado?, y ¿en qué medida hemos sido capaces de encontrar los medios adecuados para que esa transformación nos haga mejores?

La historia parece confirmar que la búsqueda incesante termina siempre en su punto de partida, la comunidad humana, que descubre los mecanismos para decir cosas, expresar inquietudes, necesidades vitales, explotar en rebeldía, transmitir, en suma, su palabra. Si el cambio tecnológico nos asombró y nos dio los instrumentos más insospechados para multiplicar nuestros mensajes, el verdadero cambio estuvo en la reflexión a propósito de la apropiación de ese instrumento inherente a nuestra naturaleza, el lenguaje, para que nuestros ojos, nuestros oídos y nuestras lenguas, que en lo esencial son su punto de partida, pudieran emitirlo y recibirlo adecuadamente. Expresión recuperada a través de las ilimitadas posibilidades de los medios y a partir del sentido democrático, pero sobre todo participativo, que hará posible que nuestras ideas sean retratadas fielmente, sin manipulación, sin adulteración, sin falsificación.

En más de medio siglo se ensayaron muchos caminos, desde la mirada paternal que puede terminar en la terrible sombra orwelliana, hasta la horizontalidad idealista, pasando por el nuevo orden, el Estado como ogro —en este caso poco filantrópico—, o sugiriendo que la frívola multiplicación de espejos depende de los abalorios de los que éstos son parte. Pero, finalmente, tradición oral, comunidad, sentido humano, proporción humana, parecen ser los referentes de esta historia.

¿Para qué aprender, para qué enseñar? ¿Qué aprender y qué enseñar? Preguntas hechas con espíritu provocador, ayudaron a que redescubramos que la tecnología será siempre un instrumento, con dos puntas, cualquiera de ellas funciona y con cualquiera de ellas se puede luchar. Es un cuchillo de dos filos, el de la gente es uno de ellos.

Queda claro que en estos textos hay una savia extraordinaria, como referente histórico, como testimonio de permanencia de criterios inalterables, como seguimiento de un proceso de transformación que puso en cuestión determinados paradigmas, como anonadamiento ante los avances de la técnica, pero sobre todo como reafirmación de que como dijo Blas de Otero: "Si he perdido la vida, el tiempo, todo… si he perdido la voz en la maleza, me queda la palabra… si abrí los labios hasta desgarrármelos, ¡me queda la palabra!

La Paz, agosto de 2008

Nota del editor

Denise Gray-Felder
Presidenta del Consorcio de Comunicación
para el Cambio Social

Gracias a la misión del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, ahora entiendo realmente el significado de las palabras "ama tu trabajo, vive tu pasión". La edición en castellano de esta antología —la quinta publicación del Consorcio desde su creación— refleja el compromiso y la pasión de todas las personas talentosas que son parte de nuestra red mundial, que han dedicado sus vidas a contribuir a que la gente salga de la pobreza. A través de este libro, así como en todos nuestros esfuerzos, podemos demostrar nuestro amor por la humanidad, así como nuestra pasión por nuestra profesión y nuestro oficio.

En el año 2003 Alfonso Gumucio Dagron tuvo la visión de un aporte emblemático del Consorcio al campo del desarrollo: una antología que rastreara la evolución de la teoría y la práctica de la comunicación para el cambio social. Sin lugar a dudas, ninguno de nosotros tenía una idea cabal de la envergadura de esta tarea. Pero sí estábamos conscientes de que no sólo existía una necesidad, sino también la demanda de un marco de referencia que ilustrara las profundas raíces históricas de la comunicación participativa, y demostrara los antecedentes de la comunicación para el cambio social entre las ciencias sociales. También queríamos un libro que articulara, de manera multidisciplinaria, el pensamiento académico contemporáneo de teóricos de los países ricos con aquellos de países económicamente en desventaja.

Alfonso reclutó a Thomas Tufte de la Universidad de Roskilde (Dinamarca) y ambos zarparon en una búsqueda del tesoro intelectual de los textos más reflexivos y estimulantes, remontándose hasta la década de 1930. El Consorcio reunió a un equipo asesor editorial para recibir recomendaciones iniciales y crear una lista de las lecturas indispensables que habrían de incluirse. Durante una semana, en el Centro de Estudios y Conferencias de la Fundación Rockefeller en Bellagio, Italia, estudiamos detenidamente más de 200 manuscritos, deliberando sobre su propósito y su impacto. Posteriormente, Alfonso y Thomas leyeron y tomaron en cuenta cientos de documentos conocidos —y otros menos conocidos— para llegar a determinar cuáles eran los más instructivos y esenciales.

El libro que tienen en sus manos será siempre una tarea inconclusa. Me imagino que cada lector encontrará la ausencia de algún teórico predilecto o cuestionará la inclusión de algunos otros. Coherentes con los principios de la comunicación para el cambio social, desarrollamos un proceso inclusivo en la producción de esta antología. Nuestra intención fue presentar una amplia variedad de opiniones y perspectivas. Varios de los textos "dialogan" entre ellos: se presentan ideas a las que luego "se responde" a través de otros textos. En este sentido, los autores "se hablan" unos a otros de maneras que ilustran, instruyen e innovan.

Puede sorprenderles la presencia de varios autores que no son los más reconocidos. Esto es intencional pues quisimos dar una visibilidad mayor a teóricos que no son tan conocidos en los foros mundiales por la simple limitación de escribir en un idioma que no es el inglés.

Todos y cada uno de los autores contribuyen, a su manera, a levantar los cimientos del "edificio" de la comunicación para el cambio social. Nos demuestran que, en alguna medida, la comunicación para el cambio social siempre ha existido, que es un proceso de diálogo público y privado a través del cual los individuos definen quiénes son, qué desean y

requieren, y cómo van a trabajar en conjunto para conseguir lo que necesitan para mejorar sus vidas. Es un proceso que utiliza el diálogo abierto y democrático para identificar problemas, tomar decisiones e implementar soluciones a temas de desarrollo desde un enfoque comunitario.

En otras palabras, este tipo de proceso de comunicación honra la cultura y la tradición, el respeto por la toma de decisiones a nivel local, el diálogo que integra la información externa y el conocimiento tradicional, y el que debe producirse entre los especialistas en desarrollo y las comunidades. La comunicación para el cambio social pretende comprometer a la gente con el cambio y aportar para que defina qué cambio quiere y cuáles son las acciones necesarias para lograr sus metas. La meta, en última instancia, siempre debe ser la auto-renovación de las sociedades.

En estas páginas aprendemos que tanto en nuestro trabajo práctico como en el teórico, si priorizamos a los beneficiarios nos veremos continuamente motivados e inspirados.

Raíces e importancia
Introducción a la Antología de Comunicación para el Cambio Social

Alfonso Gumucio Dagron y Thomas Tufte

Luego de muchos años de escribir, estudiar y enseñar, de desarrollar el debate, la práctica y el análisis del campo conocido como Comunicación para el Cambio Social, en el Consorcio de Comunicación para el Cambio Social nos dimos cuenta de que existía un vacío en las publicaciones sobre el tema. Este campo ha evolucionado a partir del trabajo académico y de la experiencia de terreno de especialistas con diferentes perfiles y disciplinas; por ello no existe una referencia central donde uno pueda aprender cuál ha sido la evolución teórica.

Quisimos llenar ese vacío. Trabajamos más de tres años estudiando la evolución de la comunicación para el cambio social en los últimos cincuenta años, revisando la literatura y tratando de responder a la pregunta de quiénes son los pensadores y escritores que han contribuido a la formulación de las principales ideas e ideales de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. En el inicio de este proceso invitamos al Centro de Estudios y Conferencias de Bellagio, en Italia, a un selecto grupo de académicos de la comunicación de varias regiones para asesorarnos sobre la dimensión de esta tarea en la planificación de nuestro trabajo. Les presentamos una lista inicial de ochenta pensadores que considerábamos esenciales en este campo y, durante la reunión, docenas de importantes otros pensadores de la comunicación de todo el mundo fueron incorporados a la lista.

Por primera vez disponemos en un solo lugar de un panorama de cómo nació el pensamiento sobre la comunicación para el cambio social, cómo maduró este campo de estudio, qué disciplinas contribuyeron a la conformación de su sustento teórico y cómo esas contribuciones influenciaron el pensamiento y la práctica actuales.

En la producción de este libro contamos con la colaboración de académicos y especialistas en cinco continentes. Hicimos un trabajo exhaustivo para encontrar el trabajo y los escritos de autores que no eran bien conocidos en los países de habla inglesa del mundo industrializado, desde donde tradicionalmente han surgido las escuelas de pensamiento más difundidas. Mientras que en las naciones en vías de desarrollo los autores de Estados Unidos y Europa eran conocidos hace muchos años, los pensadores de América Latina, África o Asia eran ignorados en los países industrializados, aunque leídos en sus propias regiones.

El presente libro, compuesto por 200 textos de 150 autores, podría compararse a un *collage* de ideas. La diversidad de estilos, opiniones y procedencia de los textos es deliberada: hemos respetado los estilos originales y los formatos.

Nos hemos concentrado en aquellos valores que son centrales en la comunicación para el desarrollo y el cambio social, ofreciendo un espacio a voces muy diferentes que expresan su pensamiento a su manera. Aunque los coordinadores de esta obra tenemos una posición definida, hemos evitado privilegiar en la selección de los textos un solo enfoque teórico: el lector está expuesto a una amplia variedad de ideas a partir de las cuales debe formar su propio criterio.

Como postulantes de la comunicación para el cambio social,[1] creemos que este enfoque debe reflejarse en el desarrollo. Los expertos ajenos a las comunidades no deberían seguir imponiendo fórmulas gastadas para encarar las necesidades sociales urgentes. La gente puede encontrar respuestas si tiene la oportunidad de reunirse y debatir sus problemas, de buscar soluciones colectivamente y de proyectar modos de enfrentar sus problemas. Los procesos de comunicación son la manera más adecuada de abordar complejos problemas sociales, porque permiten a las comunidades definir quiénes son, cuáles son sus aspiraciones y necesidades, y cómo pueden trabajar colectivamente para mejorar sus vidas.

El diálogo es el eje de la comunicación para el cambio social. A personas de diversa procedencia les permite intercambiar ideas, informar a otros e influir, pero sobre todo escuchar. Por ello, este libro pone a consideración del lector una rica mezcla de ideas. Ofrece una amplia gama de conceptos para demostrar los atributos dominantes de la comunicación para el cambio social, la evolución de sus usos y aplicaciones, y para ilustrar la naturaleza disciplinaria de este trabajo.

Se trata de un libro académico, pero no restringido al mundo académico. Queremos reconocer la importancia de la práctica como inspiración para el trabajo teórico.[2] Muchas personas han participado en experiencias importantes e interesantes en el campo del desarrollo, empleando los principios de la comunicación para el cambio social, sin siquiera llamarla así. De allí nuestra decisión de publicar un libro teórico pero a la vez legible para quienes trabajan en políticas y programas de desarrollo, así como para activistas de la comunicación para el cambio social.

Nos hemos interesado de manera particular en seleccionar textos que contribuyen con valores centrales a la comunicación para el cambio social y comparten la convicción de que la comunicación participativa es esencial en las sociedades en desarrollo. Muchos de los autores seleccionados no usan la misma terminología pero, lado a lado, sus escritos reflejan las mismas preocupaciones.

Los lectores encontrarán en estas páginas ideas que se mantienen vivas a través del tiempo, aunque originalmente se hayan escrito en las décadas de 1950, 1960 ó 1970. Su inclusión en el libro tiene el objeto de provocar la reflexión y el debate sobre el diálogo, la participación y los principios democráticos y su relevancia en el pensamiento actual sobre desarrollo.

Esta Antología tiene dos partes: perspectivas históricas y lecturas contemporáneas. La primera parte del libro empieza en 1932 —con el texto de Bertolt Brecht *La radio como aparato de comunicación*— y llega hasta 1995. Esta parte revela las raíces históricas y el pensamiento pionero de los principios de la comunicación para el cambio social. Es muy clara la significativa contribución de América Latina y de Asia en la etapa inicial de la comunicación para el desarrollo. A pesar de estos aportes, en los primeros años las voces dominantes fueron las de los académicos de Estados Unidos y de Europa, en buena parte debido a la predominancia del inglés, idioma prominente en el ámbito de las universidades mejor establecidas y con mayor financiamiento.

En la versión inicial de esta Antología aparecieron textos muy importantes escritos en castellano y traducidos por primera vez al inglés. La primera parte está organizada en orden cronológico porque hemos querido reconocer el mérito de aquellos autores que fueron pioneros en la introducción de conceptos e ideas clave. Esta estructura revela con toda claridad los aportes de Asia y América Latina en las primeras décadas de la comunicación para el desarrollo, cuando sólo el paradigma dominante, proveniente de Estados Unidos, tenía una voz suficientemente fuerte como para ser oída en todo el mundo.

La segunda parte del libro es una colección de textos publicados desde 1995 y cubre más de diez años de contribuciones al nuevo campo de la comunica-

ción para el cambio social. Cerca de 80 trabajos que se incluyen en esta segunda parte se han organizado temáticamente en cinco secciones:

- Paradigmas de comunicación para el desarrollo
- Cultura popular e identidad
- Movimientos sociales y participación comunitaria
- Poder, medios y esfera pública
- Sociedad de la información y derecho a la comunicación

Raíces: lecturas históricas

Un paseo a través del espejo de los paradigmas

Es importante describir someramente el contexto en el que los diversos paradigmas de la comunicación para el desarrollo y el cambio social han evolucionado desde la década de 1960 hasta la fecha. Cuando nos referimos a paradigmas no estamos pensando únicamente en términos de lo expresado en la literatura académica, sino mucho más en cómo las contribuciones teóricas están vinculadas a la práctica concreta. Valoramos a aquellos autores que fueron capaces de reflejar y teorizar a partir de su experiencia personal como comunicadores, ya que sus aportes en un momento abrieron camino para que otros hicieran nuevos aportes más adelante.

El uso sistemático de herramientas de comunicación en los programas de desarrollo empezó después de la Segunda Guerra Mundial y evolucionó en diversas direcciones según los distintos contextos geográficos, culturales, sociales y económicos. Existen modelos de comunicación para el desarrollo desde la década de 1950; algunos como resultado de ejercicios académicos y otros inspirados en prácticas de campo. Los modelos han evolucionado paralelamente, a menudo con diferencias marcadas e irreconciliables, aunque en los últimos años ha habido una tendencia a cerrar la brecha y hacia la convergencia.

Dos hilos principales han dominado cinco décadas de comunicación para el desarrollo: en primer lugar, los modelos de comunicación inspirados en teorías y técnicas de modernización derivadas de las estrategias de comunicación utilizadas por el gobierno de Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial y por el sector industrial, que luchaba por posicionar sus productos en la posguerra; y, en segundo lugar, los planteamientos de la comunicación que surgieron en el fragor de la lucha social y política contra los poderes coloniales y dictatoriales impuestos sobre países del Tercer Mundo, cuyo punto de referencia conceptual son las teorías de la dependencia.

Los modelos asociados a las teorías de la modernización apoyan la expansión de los mercados y la asimilación de las grandes masas marginadas mediante mecanismos de persuasión y estrategias de transferencia de la información y difusión de innovaciones y tecnologías. Por lo general, son modelos verticales generados principalmente en los laboratorios de investigación de empresas privadas, agencias de *marketing* y departamentos universitarios. Su premisa principal es que la información y el conocimiento *per se* generan desarrollo, mientras que la cultura y las tradiciones locales constituyen "barreras" para que los países del Tercer Mundo alcancen niveles de desarrollo similares a los de los países industrializados. Debido a su vínculo directo con la política exterior oficial de Estados Unidos, estos modelos han predominado en la cooperación internacional durante varias décadas.

Por el contrario, los planteamientos que surgieron a partir de las luchas independentistas en África, Asia y América Latina están íntimamente ligados a los sucesos políticos y sociales y, en un sentido más amplio, a los valores y las expresiones de identidad cultural. Su principal premisa es que las causas subyacentes del subdesarrollo son estructurales y están relacionadas con la tenencia de la tierra, la ausencia de libertades civiles colectivas, la opresión de las culturas indígenas y la injusticia social, entre otros aspectos políticos y sociales. Estos modelos de

comunicación promueven el cambio social en lugar del cambio en el comportamiento individual, y sugieren acciones que surgen *de* las comunidades y no sólo *para* las comunidades. La participación de las partes interesadas locales se considera esencial en todo el espectro de los modelos de comunicación alternativos, horizontales y participativos. El derecho de comunicarse y la apropiación del proceso de comunicación constituyen el meollo de estos planteamientos.

Teorías y modelos de modernización

Debido a su supremacía tecnológica y económica, los países industrializados por muchos años impusieron la creencia de que las naciones más pobres son, de alguna manera, las responsables de su suerte. Los modelos basados en las teorías de la modernización —dominantes aun hoy en muchas organizaciones de desarrollo— sugieren que las tradiciones locales impiden que las naciones en vías de desarrollo den un salto hacia la modernidad. Implícitamente, estas teorías sugieren que la aspiración de toda sociedad debería ser la vida material tal y como se conoce hoy en día en los países industrializados y que, para poder alcanzarla, es imperativo que se deshagan de creencias y prácticas culturales que obstaculizan la modernización.

Esos mismos modelos asignan una importancia primordial al progreso económico y tecnológico, y preconizan que una vida mejor es el corolario de una mayor productividad agrícola e industrial. Por lo tanto, la introducción de nuevas tecnologías y conocimientos en los países pobres ayudará a los campesinos analfabetos e "ignorantes" a modernizarse. Esta última premisa sugiere que el "conocimiento" es un privilegio de los países ricos y que los países pobres no lo tienen; por lo tanto, la transferencia de información mejorará las vidas de los pobres. El postulado subyacente es que los "pobres en información" son pobres debido a un déficit de conocimiento. Si los estrategas del desarrollo pudieran proporcionar masivamente información sobre temas de desarrollo a los pobres del mundo, éstos estarían en condiciones de producir más, aumentar sus ingresos familiares, integrarse mejor a la sociedad y ser más felices.

Este concepto de compartir masivamente las innovaciones de los "centros del conocimiento" en Estados Unidos y Europa con las poblaciones rurales que carecían de ellas en Asia, África y América Latina generó uno de los paradigmas más poderosos del desarrollo y tuvo a Everett Rogers, un académico de prestigio, como su principal proponente a principios de los 1960. Sin embargo, en 1976, influenciado por pensadores latinoamericanos, Rogers reevaluó sus planteamientos iniciales y criticó el "paradigma dominante". Sin conocimiento pleno de esa evolución personal, muchas instituciones académicas y de desarrollo siguieron bajo la influencia de sus escritos iniciales.

El modelo de "difusión de innovaciones" se aplicó principalmente en la agricultura desde la década de 1960, cuando las entidades donantes percibían que la productividad agrícola era la prioridad para el desarrollo. Al incrementar la producción de cultivos mediante la introducción de nuevas tecnologías, no sólo se controlaría el hambre en el Tercer Mundo, sino que el excedente también abastecería de productos agrícolas baratos al mercado de alimentos de los países industrializados. Lo que conocemos como "repúblicas bananeras", con sus implicaciones económicas, sociales y políticas, es una expresión de dicha estrategia.

En algunos casos se utilizaron estrategias mediáticas poderosas con objetivos políticos evidentes. Guatemala es un buen ejemplo. La intervención estadounidense de 1951 a 1954 culminó con un golpe militar contra el gobierno elegido de Jacobo Arbenz. Se establecieron nuevas medidas para detener la reforma agraria y facilitar la concentración de tierras productivas en manos de un sector pequeño de la minoría de origen europeo, dejando sin tierras a la mayoría de la población indígena. Desde enton-

ces, 65% de las tierras productivas está en manos de 2,1% de los guatemaltecos. En un intento de validar el proceso de contrarreforma ante la población general, el Servicio de Información de Estados Unidos (USIS por su sigla en inglés) utilizó todos los medios posibles —radio, televisión, cine, afiches, folletos y comunicaciones interpersonales— para persuadir a la mayoría maya a que acepte las medidas dictadas por la dictadura militar.

Ampliamente implementado en toda América Latina, el modelo de difusión de innovaciones acabó beneficiando a los grandes terratenientes y no a los campesinos pobres. La historia ha probado que el desarrollo no sólo está vinculado a la información o a la falta de ella, sino sobre todo a los aspectos estructurales, tales como la propiedad de la tierra y los derechos humanos. Por más información sobre agricultura que los campesinos llegaran a acumular —suponiendo que no existiera un conocimiento local anterior, lo cual es inaceptable—, eso no ayudaba a romper el círculo vicioso de la injusticia social y la explotación. Todas las técnicas sofisticadas promovidas por extensionistas pertenecientes a programas de desarrollo eran inútiles. Paulo Freire explicó en uno de sus libros cómo el extensionismo puede hacer más daño que bien a las comunidades.[3]

La difusión de innovaciones dio paso al "mercadeo social", muy vigente hoy en día. La expresión encapsula un oxímoron similar al de "inteligencia militar"; los dos términos se contradicen. Sin embargo, el mercadeo social ha sido y sigue siendo el paradigma dominante en algunas regiones en vías de desarrollo del mundo. Los proponentes del mercadeo social sostienen que el modelo surgió de un intento de los sectores industriales y académicos de ser más sensibles a los problemas sociales. En el contexto político de fines de la década de 1960, caracterizada por manifestaciones contra la guerra de Vietnam, contra el racismo y en favor de las libertades civiles, tanto el gobierno de Estados Unidos como la empresa privada reconocieron la necesidad de responder a una agenda social muy exigente.

Actualmente, el mercadeo social es particularmente fuerte en el sector de la salud, así como en el pasado la difusión de innovaciones era más fuerte en los programas de agricultura. La agenda actual refleja las principales prioridades de los países poderosos agrupados en el G-8. Incluso antes de que el SIDA irrumpiera como la principal prioridad en materia de salud y de que la salud reproductiva se volviera predominante, se invirtió una cantidad considerable de fondos en campañas para el control de la natalidad en todo el mundo. Cuando el "control de la natalidad" —otro oxímoron— devino políticamente incorrecto, los trabajadores de la salud utilizaron el *social marketing* para promover la "planificación familiar" y la salud reproductiva.

La explosión demográfica fue considerada una catástrofe para nuestro pequeño planeta, que no podría alimentar a una población tan grande y desesperadamente pobre. También era una amenaza para los países ricos, que pronto verían sus fronteras invadidas por el exceso de fuerza laboral desempleada proveniente del Sur. Las campañas de mercadeo social se han usado para combatir la pandemia del SIDA, aunque con resultados muy limitados. La promoción del uso de condones y de la abstinencia sexual no toma en cuenta las condiciones sociales y culturales en las que la gente toma decisiones.

Los medios de difusión masiva se convirtieron en la espina dorsal de las campañas de mercadeo social. El modelo se inspiró en las estrategias publicitarias validadas por la promoción de bienes de consumo. La radio y la televisión contribuyeron a la difusión de una versión de la armonía y la felicidad a nivel mundial. Las agencias de mercadeo social utilizaron estrategias similares a las empleadas para posicionar a Coca-Cola para vender el nuevo emblema de seguridad y buena salud: el condón. Mensajes atractivos, que a menudo utilizaban a personas famosas como modelos ejemplares, se diseñaban con tecnología de punta para *persuadir* en lugar de *educar*.

El cambio en el comportamiento individual constituye la esencia misma del mercadeo social. El enunciado subyacente es que las tradiciones y los patrones culturales de comportamiento en los países más pobres impiden que las personas vivan vidas mejores. Las culturas locales son vistas como barreras para la modernización y la cohesión colectiva retrasa los cambios de actitud, razón por la cual ciertos individuos son seleccionados como "campeones" del cambio en su propia comunidad. Con demasiada frecuencia, las campañas de mercadeo social son dirigidas por agencias comerciales de publicidad, ajenas al campo del desarrollo social y, sin lugar a dudas, más familiarizadas con "clientes" urbanos que con comunidades rurales pobres.

La falta de conocimiento y sensibilidad de los planificadores respecto del contexto local en sus planteamientos de campañas de promoción para el desarrollo ha creado monstruos en el pasado, tal como la promoción de sustitutos de la leche materna en regiones pobres del mundo en vías de desarrollo, lo cual satisfacía las necesidades de mercado de las multinacionales en lugar de las necesidades sociales de los pobres. Las campañas persuadían a las madres de que la leche en polvo era tan buena como la leche materna, pero el enorme impacto en la morbilidad y la mortalidad infantil no tardó en hacerse sentir porque la leche en polvo se mezclaba con agua insalubre. Fueron necesarios muchos años para restablecer la importancia de la leche materna en la supervivencia infantil.[4]

El modelo de promoción de la salud, otra variante de las estrategias de cambio de comportamiento, enfatiza el papel del personal de salud en el proceso de educación sobre la salud. La promoción de la salud se convirtió en un modelo muy institucional durante la década de 1980, a menudo implementado a través de los departamentos de salud gubernamentales para promover las políticas nacionales a nivel comunitario. A pesar de ciertos aspectos innovadores, como el énfasis en la comunicación interpersonal, no pasa de ser un modelo de información sobre enfermedades, en lugar de un modelo de comunicación para la salud. La premisa subyacente es echar la culpa a las víctimas por su ignorancia acerca de los temas de salud y por su comportamiento insalubre, sin tomar en cuenta los problemas de pobreza, discriminación o injusticia social.

Hacia fines de la década de 1970, cuando surgieron otros enfoques de comunicación participativa, los promotores de las teorías de la modernización y de la difusión de innovaciones reevaluaron sus principios, reconociendo que el cambio social no es motivado únicamente por el comportamiento individual y por metas económicas, sino que es definido principalmente a través de la cultura y la tradición. Algunos reconocieron que sus teorías iniciales estaban enraizadas en la psicología individualista, sin tomar en cuenta los factores políticos y socioculturales específicos a cada contexto. En alguna medida, su evolución asumía la crítica proveniente de los enfoques participativos.

La voluntad de establecer un modelo más flexible y menos vertical dio origen a otras perspectivas. El maridaje entre el mercadeo social y el entretenimiento produjo el modelo conocido como *edutainment* o *enter-education*, el cual, debido a su flexibilidad y capacidad de adaptación a los contextos culturales locales, ha tenido éxito en algunos países. Así como el mercadeo social fue una adaptación de la publicidad comercial, el *edutainment* aplica las técnicas del espectáculo al campo de la información y la educación. Las estrategias del *edutainment* combinan las novelas melodramáticas de radio y televisión, la música popular, el teatro, las historias impresas y afiches atractivos —todo ello complementado por la comunicación interpersonal— con las acciones de difusión y los servicios de salud. Una de las premisas principales es que las personas aprenden mejor cuando se identifican con los "modelos sociales", sean éstos reales (deportistas y mujeres, cantantes, actrices) o ficticios (personajes de novelas o dibujos animados). El principal desafío es mantener un equilibrio entre los mensajes de salud

y entretenimiento. ¿Qué tanto de educación y que tanto de distracción propone?

La experiencia de *Soul City* en Sudáfrica es, quizá, el ejemplo más conocido de *edutainment* a gran escala. El contenido prioritario se decide localmente, así como las herramientas de comunicación. Los medios masivos despiertan a nivel comunitario el diálogo y la comprensión, pero no se consideran la "varita mágica" que resuelve todo.

Uno de los aspectos más valiosos de este modelo es que ha contribuido a la organización de grupos de muchachos y muchachas jóvenes en torno a los aspectos más importantes de la estrategia, convirtiéndolos en promotores y comunicadores que amplían el área de influencia del proceso comunicacional.

Teorías de la dependencia y enfoques de la comunicación

Desde la década de 1940, los países del Tercer Mundo han vivido las convulsiones de las luchas anticoloniales y de liberación en África y los movimientos antidictatoriales en América Latina y Asia. Los países industrializados ricos crearon modelos de cooperación y desarrollo internacional a la vez que mantenían lazos de dependencia en África, Asia y América Latina. En el fragor de las luchas de liberación e independencia, surgieron intelectuales que aseveraron que el subdesarrollo y la pobreza no eran solamente el resultado de "taras" culturales ancestrales, sino de un sistema de explotación de las naciones pobres por los países ricos y de enormes desigualdades sociales entre los ricos y los pobres al interior de cada nación.

Existían motivos estructurales —políticos, económicos, sociales, culturales, legales— que explicaban las causas del subdesarrollo y la pobreza. La acción social y política condujeron al surgimiento de innumerables experiencias de comunicación alternativa y participativa en el contexto de comunidades marginadas, tanto urbanas como rurales, cuyo principal objetivo era conquistar espacios de expresión y empoderar a las voces colectivas. Estas experiencias se desarrollaron sin seguir un modelo comunicacional previamente diseñado. Más aún, la teoría de la comunicación asociada a estas experiencias participativas surgió posteriormente. Durante muchos años, y aún hoy, se conoce con diversos nombres a estas experiencias de comunicación: popular, horizontal, dialógica, alternativa, participativa, endógena, etc. Todos implicaban principios que forman parte del concepto más amplio de la comunicación para el cambio social.

En 1980, el informe MacBride de la UNESCO[5] —*Un solo mundo, voces múltiples*— reveló datos alarmantes acerca de la situación de la información y la comunicación en el mundo. Dos agencias de noticias de Estados Unidos controlaban dos tercios del flujo global de información y no había agencias de noticias nacionales o regionales en África, Asia o América Latina que ofrecieran una perspectiva distinta. Grandes conglomerados financieros —que hoy son aún más grandes— controlaban grupos de publicaciones diarias y semanales, así como las redes de radio y televisión. Como consecuencia de este informe revelador y de las acciones tomadas en favor del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), Estados Unidos e Inglaterra se retiraron de la UNESCO al sentir su hegemonía amenazada.[6]

Uno de los modelos mejor estructurados —la comunicación para el desarrollo— se impuso desde la década de 1970 impulsado por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). La comunicación para el desarrollo y el modelo de difusión de innovaciones tienen algo en común. Ambos se diseñaron para contextos rurales y ambos promovían la introducción de tecnología para mejorar la producción agropecuaria. Sin embargo, la comunicación para el desarrollo enfatizaba la tecnología apropiada que familias rurales pobres podrían efectivamente adoptar, y apoyaba la necesidad de establecer flujos bidireccionales de intercambio de conocimiento e información entre las comunidades rurales y los técnicos, en lugar de una simple "transferencia de conocimiento" unidireccional. La comunicación para el desarrollo no sólo valoraba el conocimiento local, sino que también promovía el fortalecimiento de las formas tradicionales de organización social a fin de empoderar a un interlocutor válido y representativo.

Un enfoque menos institucional —el de la comunicación alternativa y comunitaria[7]— surgió como una variedad de experiencias inconexas en diversas partes del mundo, y sólo posteriormente se desarrolló la teoría en torno a ellas. Se trata de iniciativas contestatarias basadas en el derecho a la comunicación, con el propósito de conquistar espacios de expresión en sociedades neocoloniales, neoliberales y represivas. Campesinos, trabajadores, estudiantes, mineros, mujeres, jóvenes, indígenas y otros sectores marginados de la participación política desarrollaron sus propias herramientas de comunicación porque no tenían posibilidad alguna de acceso a los medios masivos de difusión del Estado o del sector privado. Grupos sociales que compartían una ideología, necesidades en común y la decisión de conquistar un espacio público para sus voces, crearon estaciones de radio comunitarias, boletines populares, grupos de teatro de la calle y, en ocasiones, canales locales de televisión. Muchas de estas experiencias destemplaron a los medios de difusión privados dominantes, así como a los gobiernos conservadores, y fueron víctimas de acciones represivas.

Las estaciones de radio de los mineros bolivianos son un ejemplo paradigmático.[8] El aspecto fundamental de la comunicación alternativa es la *apropiación* de las herramientas de comunicación. El término "apropiación" se debe entender como un proceso de desarrollo de la capacidad autónoma y colectiva de adoptar la comunicación como herramienta que contribuye al fortalecimiento organizativo comunitario. El concepto va más allá de la propiedad de los medios y de la tecnología; no se trata simplemente de convertirse en propietarios de una estación de radio, un periódico o un canal de televisión, sino de apropiarse del proceso de comunicación, que incluye el contenido, la gestión y sobre todo la toma de decisiones.

La comunicación para el cambio social

La comunicación para el cambio social es el planteamiento más reciente de todos los anteriormente descritos. Es un proceso de diálogo y debate basado en la participación y en la acción colectiva, a través del cual la propia gente determina lo que necesita para mejorar sus vidas. En el corazón del concepto está la convicción de que las comunidades afectadas entienden mejor su realidad que los "expertos" ajenos a ella.

El Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, entre otros, ha ido refinando la teoría y la práctica de la comunicación para el cambio social, observando cómo se enseña y se aprende, cómo ha evolucionado el pensamiento, cómo se puede monitorear y evaluar su impacto y documentar el cambio social en las comunidades. Los principios subyacentes de este enfoque basado en la tolerancia, el respeto, la justicia social implican fortalecer las voces de los marginados. Los fundamentos teóricos continúan evolucionando a partir de la práctica del desarrollo y de la organización comunitaria.

En la comunicación para el cambio social, el proceso es más importante que los productos, tal como sucede con la comunicación participativa y alternativa. La participación de los actores sociales, quienes a su vez son comunicadores, ocurre en el marco de un proceso de fortalecimiento colectivo que precede al desarrollo de mensajes. La difusión de mensajes es apenas un producto secundario del proceso de comunicación. A diferencia de la comunicación para el desarrollo, que se convirtió en un modelo institucional y un esquema más en los programas de desarrollo, la comunicación para el cambio social no preestablece qué herramientas, mensajes o técnicas son mejores, porque se centra en el proceso

mismo, con base en la comunidad de donde debe surgir la acción propuesta. Otra similitud con la comunicación participativa es la importancia asignada a la *apropiación* del proceso de comunicación, no sólo a la propiedad de los medios. Tanto la comunicación para el cambio social como la comunicación para el desarrollo se preocupan de la cultura y la tradición, el respeto por el conocimiento local, y el diálogo entre los especialistas del desarrollo y las comunidades.

Las fuerzas impulsoras de la comunicación para el cambio social se pueden sintetizar de la manera siguiente:

[a] La sostenibilidad de los cambios sociales es segura cuando las personas y comunidades afectadas se apropian del proceso de comunicación y sus contenidos;
[b] la comunicación para el cambio social es horizontal y fortalece los vínculos comunitarios al amplificar las voces de los más pobres;
[c] las comunidades deben ser las protagonistas de su propio cambio y administrar sus herramientas de comunicación;
[d] en lugar de concentrarse en la persuasión y la diseminación de información, la comunicación para el cambio social fomenta el diálogo en una relación de igualdad, el debate y la negociación desde dentro de las comunidades;
[e] los resultados del proceso de comunicación para el cambio social deben ir más allá del comportamiento individual y tomar en cuenta normas sociales, políticas actuales, la cultura y el contexto de desarrollo general;
[f] la comunicación para el cambio social busca fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la voz y, en general, el empoderamiento de la comunidad;
[g] rechaza el modelo lineal de la transmisión de información desde un emisor central a un receptor individual y, en cambio, fomenta un proceso cíclico de interacciones centradas en el conocimiento compartido y la acción colectiva.

La comunicación para el cambio social es un proceso vivo demasiado complejo para encapsularse en sucintas definiciones académicas; depende en gran medida del contexto y de las condiciones culturales. Estas son las condiciones esenciales:

[1] *Participación y apropiación comunitaria*

Demasiados proyectos de comunicación en el contexto del desarrollo fracasaron debido a la falta de participación y compromiso de los sujetos/agentes del cambio. El *acceso* a los medios ha resultado insuficiente y a menudo ha llevado a manipulaciones con intereses creados. Por lo tanto, una de las condiciones principales es la participación y la *apropiación* del proceso de comunicación.

[2] *Lengua y pertinencia cultural*

Durante décadas, los programas de desarrollo se imponían a los países del Tercer Mundo y las estrategias de comunicación se diseñaban en los laboratorios de los países industrializados. Los mismos modelos, mensajes, formatos y técnicas se han aplicado —y se siguen aplicando— en distintos contextos culturales. La interacción cultural es saludable cuando ocurre en un marco de igualdad y respeto, a través del diálogo crítico, el debate de ideas y la solidaridad. Sin embargo, la relación desigual entre la cultura dominante y la cultura local impide que ocurra un verdadero diálogo entre culturas. La comunicación para el cambio social apoya a las voces y culturas marginadas para que establezcan canales de comunicación horizontales, fomenta el intercambio cultural en igualdad de condiciones y el aprendizaje a través del diálogo en un proceso de crecimiento mutuo.

[3] *Generación de contenidos locales*

Los modelos verticales de comunicación para el desarrollo dan por sentado que las comunidades pobres en los países en desarrollo carecen de *conocimiento*. El proceso de la comunicación para el cambio social reconoce la especificidad de la lengua y de la cultura; más aún, apoya la legitimidad del conocimiento local. Mientras que el acceso a la información generada en los países industrializados a menudo se ve como la varita mágica, la comunicación para el cambio social fortalece la generación de contenidos locales y el restablecimiento de conocimientos propios acumulados a lo largo de décadas.

[4] *El uso de tecnología apropiada*

La fascinación por la innovación tecnológica, a menudo presentada como una condición *sine qua non* del desarrollo, puede conducir a una mayor dependencia. Muchos proyectos fracasan porque estaban equipados con tecnología que a las personas no les era posible amortizar, renovar ni controlar. La comunicación para el cambio social fomenta procesos, no tecnologías. El uso de la tecnología debe satisfacer no sólo necesidades reales, sino también el potencial de apropiación por los actores participantes.

[5] *Redes y convergencia*

Los procesos de comunicación que se aíslan, que no establecen un diálogo con experiencias similares, tienen menos probabilidad de crecer y ser sostenibles. La comunicación para el cambio social promueve el diálogo y el debate, no sólo dentro de la comunidad, sino también en relación con otros procesos similares, ya que el establecimiento de redes contribuirá al fortalecimiento de los procesos.

Análisis teórico de períodos y modelos

La comunicación para el desarrollo se usa con frecuencia como un paraguas que cubre diversos enfoques sobre la comunicación dirigida a quienes viven en situación de pobreza en los países en desarrollo. Con el cambio de siglo, una profusión de autores ha intentado analizar y comparar la secuencia de modelos y paradigmas que marcan la evolución de la comunicación para el desarrollo desde inicios de la década de 1960 hasta el presente, algunos con una visión integral (Cisneros 2001, Waisbord 2002, Morris 2003, Torrico Villanueva 2004), otros centrándose en temas específicos, tal como el de la salud (Airhihenbuwa y Obregón 2000, Pereira y Cardozo 2003) o el desarrollo rural (Cimadevilla 1997), y aún otros desde una perspectiva regional (Sonderling 1997, Nyamnjoh 2000).

Erick Torrico Villanueva ubica las teorías del período difusionista entre 1927 y 1963. Reconoce otros tres períodos "teóricos-comunicacionales": el período crítico de 1947 a 1987, el período "culturalista" de 1987 a 2001 y el período "actual" a partir de 2001. Los cuatro períodos de teoría de la comunicación corresponden a cuatro períodos de sucesos político-económicos: la expansión capitalista (1919-1946), la guerra fría (1946-1991), la globalización (1991-2001) y lo que él llama el período de "deterioro hegemónico global", de 2001 en adelante. El concepto de comunicación durante dichos períodos evoluciona de manera correspondiente: durante el período difusionista la meta principal era motivar e inducir el desarrollo; durante el período crítico se crearon espacios para el debate político; durante el período culturalista el núcleo era la reconstrucción de identidades y la articulación de una sociedad tecnológica mundial; mientras que durante el período actual, lo esencial está relacionado con los procesos de negociación y resistencia frente a la escalada hegemónica global.[9]

Esta Antología presenta a los exponentes más importantes de cada paradigma. El objetivo principal ha sido incluir a los autores que hicieron aportes notables y originales en su momento. Por esa razón, hemos seleccionado textos de autores que suscriben las teorías de modernización, así como aquellos de autores que contribuyeron a las teorías de la dependencia. En ese proceso consideramos que debíamos reconocer el mérito de autores como Schramm y Rogers, cuyas ideas siguieron evolucionado a través de los años. Con frecuencia la literatura académica cita a Schramm, Lerner y Rogers como si los tres autores fueran hermanos siameses. Nuestra selec-

ción de textos tiene el objeto de revelar una lectura diferente de estos autores.

Daniel Lerner, Wilbur Schramm y Everett Rogers son considerados los fundadores de la comunicación para el desarrollo; sin embargo, no están al mismo nivel si examinamos sus aportes y colocamos sus ideas en el flujo continuo de teorías que conducen al pensamiento actual de la comunicación para el desarrollo y para el cambio social.

The Passing of Traditional Society: Modernising the Middle East de Lerner (1958) se considera un texto pionero. La fecha de su primera publicación coloca al libro entre los primeros intentos de estudiar la comunicación, la cultura y el desarrollo. Aunque no se incluye en este libro debido a restricciones de derechos de autor, las ideas de Lerner están abundantemente referenciadas en la Antología. Son a nuestro juicio ideas conservadoras cuyo enfoque anglocentrista no aporta significativamente a la teoría de la comunicación para el desarrollo y para el cambio social. El estudio de caso "El bodeguero y el jefe: una parábola", piedra angular de la hipótesis del autor, relata algunas visitas de Lerner al pueblo de Balgat (Turquía), contando la historia en un lenguaje condescendiente y elaborando una teoría en blanco y negro donde asevera que para formar parte del mundo moderno las comunidades rurales y suburbanas de los países del Tercer Mundo necesitan dejar atrás sus tradiciones y adoptar los medios masivos de difusión y la nueva tecnología de Occidente. El libro es en realidad más interesante por su valor sociológico: cómo un investigador de los Estados Unidos se introduce en una pequeña comunidad turca y elabora sobre la marcha una teoría que se adecua a sus ideas preconcebidas, seleccionando de la realidad aquellos elementos que refuerzan su hipótesis y descartando aquellos que no lo hacen.[10]

Schramm y Rogers son de mayor interés que Lerner por su aporte a las ideas de la comunicación para el desarrollo y para el cambio social. Rogers, en particular, jamás dejó de aprender y evolucionar. No es común en el mundo académico encontrar a alguien que reconoce que las ideas que había expresado años atrás estaban equivocadas, como lo hizo Everett Rogers en 1976, cuando escribió sobre "el ocaso del paradigma dominante" en referencia a Lerner pero también a su propia obra paradigmática: *Diffusion of innovations* (1962). A lo largo de su vida profesional, Everett sostuvo una actitud positiva: se mantuvo en relación estrecha con la realidad del Tercer Mundo, investigando y planificando proyectos en América Latina, África y Asia. Pocos meses antes de su muerte a fines de 2004 mencionó en una entrevista que su relación con investigadores y estudiantes latinoamericanos había influido en la evolución de su pensamiento.[11]

Wilbur Schramm también hizo contribuciones tempranas a la teoría de la comunicación para el cambio social. Pese a su gran optimismo respecto del papel de los medios masivos de difusión como "agentes de cambio social", su aporte abarcó la introducción en la discusión teórica de los temas de vínculos culturales, relaciones grupales y la participación en la toma de decisiones. Desafortunadamente, luego de cuatro décadas, uno tiene la impresión de que Schramm fue leído sólo como un adalid de los medios masivos, mientras sus advertencias y cuestionamientos fueron dejados convenientemente de lado.

Menos conocido que la tríada arriba mencionada, David Berlo describió, ya en 1960, la comunicación como un "proceso" y expuso los principios clave de un enfoque dialógico:

> «La teoría de la comunicación refleja un punto de vista de proceso. Un teórico de la comunicación rechaza la posibilidad de que la naturaleza consiste en eventos o ingredientes que son separables de todos los demás eventos. Alega que no se puede hablar del comienzo o el fin de la comunicación ni decir que una idea en particular provino de una sola fuente específica, que la comunicación ocurre de una sola manera, y así sucesivamente» (Berlo 1960).

Paralelamente a la línea de pensamiento basada en la modernización, las teorías de la dependencia influyeron en la comunicación desde inicios de la década de 1960. Sin embargo, ya que la principal discusión teórica ocurrió en América Latina y en español, trascendió poco en el Norte antes de la década de los 1970. Ni siquiera lo hizo el texto seminal sobre comunicación publicado por Antonio Pasquali en 1963, traducido por primera vez para la versión en inglés de la Antología.

El principal proponente de las teorías de la dependencia fue Celso Furtado, un prominente economista brasileño. Junto con él, otros intelectuales brasileños, tales como Fernando Henrique Cardoso,[12] Darcy Ribeiro, Maria da Conceição Tavares y Theotonio dos Santos, el más joven de todos y autor de la *Teoría de la dependencia: balance y perspectivas*, abogaron por un concepto del desarrollo que se oponía a la manera vertical y condescendiente como Europa y Estados Unidos veían el desarrollo. No obstante, las teorías de la dependencia no fueron bien aceptadas por los académicos del Norte. Dos Santos alega que las ideas latinoamericanas sobre la economía fueron excluidas del entorno académico y no tuvieron un impacto real en el mecanismo mundial de la dependencia.[13]

Las primeras voces que propusieron un paradigma diferente de la comunicación, más relacionado con la cultura y el desarrollo, surgieron de América Latina. A comienzos de la década de 1960, el filósofo venezolano Antonio Pasquali publicó un significativo aporte teórico[14] en el que reconstruye el modelo emisor/receptor y revela el aparato ideológico que sostiene a los canales de los medios masivos. La profundidad filosófica de su pensamiento y su extensa cultura convierten a este texto en un análisis penetrante para comprender la ideología de un modelo de comunicación dominante que se reproduce a sí mismo para perpetuar su hegemonía. Pasquali describe a un "emisor sordo" y a un "receptor mudo" que no pueden establecer un diálogo, la verdadera base de la comunicación. Pide que el término *mass communication*[15] sea proscrito:

> «La expresión "mass communication" contiene una flagrante contradicción de términos y debe ser proscrita. O estamos en presencia de medios utilizados para comunicarse, en cuyo caso el lado del receptor jamás es una "masa", o estamos en presencia de los mismos medios utilizados para la información, en cuyo caso es redundante especificar que se dirigen a las "masas"» (Pasquali 1962).

El autor establece las diferencias entre "información" y "comunicación", algo que aún hoy no queda claro en muchos textos académicos. El analiza la «relación de información», donde la «alocución» o discurso unilateral «no admite respuesta» e intenta «restar, rebajar, acaparar y alienar» al receptor. «Todo receptor —añade— se convierte en un sujeto no deliberativo violado». La tan publicitada "libertad de información" es, según Pasquali, «un irónico *contradictio in adjecto*, ya que denota únicamente la libertad de quien informa». El autor, por tanto, se adelantó mucho a la discusión actual que coloca al "derecho de comunicar" por encima de la "libertad de información".

En los términos de Pasquali, la comunicación define a la sociedad:

> «La sociedad, *mitsein* o el vivir juntos, sólo existe cuando ocurre un conocimiento compartido, y el conocimiento compartido sólo existe donde se han desarrollado formas de comunicación».

No sabemos si Pasquali había leído a Lerner cuando escribió su libro, pero cuestiona el paradigma de modernización y sugiere que

> «la única comunicación auténtica es la que es inherente a un esquema de relaciones simétricas, a una paridad de condiciones entre el emisor y el receptor, y a la posibilidad de escucharse entre ellos u oírse entre ellos (Heidegger), como voluntad de entendimiento mutuo» (Pasquali 1962).

El diálogo ha sido central en la obra del educador brasileño Paulo Freire. Nutrido por toda una vida

de experiencia práctica, la reflexión de Freire respecto de la educación y la comunicación ha influido en varias generaciones de autores tanto en regiones en vías de desarrollo como en países industrializados. A partir de 1967, cada libro de Paulo Freire —y particularmente *Pedagogia do oprimido* (1970)— ha tenido una influencia enorme en la educación como un proceso de liberación. Algunos aspectos del trabajo de Paulo Freire son particularmente significativos para la teoría de la comunicación para el cambio social, primordialmente el énfasis en el diálogo, derivado de su experiencia en la educación popular e informal. Su concepto del diálogo implica el respeto; no se trata de una persona que actúa sobre otras, sino de personas que se relacionan horizontalmente entre sí. A Freire también le interesaba la práctica y la acción informada, y su atención a *nombrar el mundo* ha sido muy significativa para los educadores que tienen experiencia de trabajo con comunidades que no tienen una voz y se encuentran marginadas. Otro elemento importante de su teoría ha sido la *concientización* para desarrollar el poder que permite transformar la realidad. Freire insistía en contextualizar la educación en la experiencia vivida de los participantes y sugirió el uso de palabras clave que tienen el efecto de generar formas nuevas de pronunciar el mundo y actuar sobre la realidad circundante como agentes de cambio. Los textos de Freire no han sido incluidos en esta edición, sin embargo todos sus libros están disponibles en castellano.

El especialista en comunicación boliviano Luis Ramiro Beltrán también es un proponente temprano de la comunicación para el cambio social, y sus aportes teóricos se han extendido a lo largo de casi cinco décadas, desde comienzos de los 1960. Su trabajo inicial, aún influenciado por las teorías de la modernización,[16] aborda las aplicaciones de la comunicación para el desarrollo en el desarrollo rural, pero ya en 1967 se aleja del enfoque vertical centrado en los medios masivos hacia un paradigma participativo, sugiriendo que el desarrollo debe estar guiado por «una participación universal en la toma de decisiones sobre asuntos de interés público y en el proceso de implementar metas nacionales» (Beltrán 1967).

En 1969, ya abogaba por la necesidad de los países en vías de desarrollo de diseñar sus propias estrategias de comunicación para el desarrollo y sus políticas de información. Señaló

> «la ausencia de agencias de información nacionales eficaces e independientes y, especialmente, de una agencia de esa índole que tuviera un alcance latinoamericano; esto permite un monopolio virtual del flujo de noticias internacionales por servicios de noticias no regionales, que no informan objetivamente a la región acerca de los acontecimientos mundiales ni informan imparcialmente acerca de los acontecimientos en la región» (Beltrán 1969).

La comisión MacBride de la UNESCO, establecida en la década de 1970 para estudiar la situación de la información y la comunicación en el mundo, se fundó en estos ideales. Beltrán participó en varias conferencias celebradas durante esa fase preparatoria.

En 1973 Frank Gerace, asistido por Hernando Lázaro, publicó un pequeño libro que marcó el pensamiento sobre comunicación en América Latina. Impreso modestamente en Lima, Perú, *La comunicación horizontal* es una reflexión desde la perspectiva de la práctica directa de trabajo en comunidades rurales. Escrito en un estilo simple y coloquial, el libro de Gerace[17] tuvo poco impacto en la literatura académica. La motivación de los autores para escribir el libro fue que en su trabajo en entornos rurales se habían dado cuenta de que el campo de la comunicación para el desarrollo había sido "invadido" por teorías mecanicistas importadas de Estados Unidos. La ética, entre otros valores humanos, es una de las premisas filosóficas del libro. El autor rechaza el «proselitismo tecnicista» de la difusión de innovaciones y propone un «compromiso con la lucha por la liberación de las personas» como condición para practicar la comunicación horizontal. La participación y el diálogo son dos conceptos clave a lo largo de todo el texto. Al igual que en Beltrán, las ideas sobre el papel preponderante de los medios masivos y la hegemonía cultural son aportes tempranos a lo que se convertiría años después en la sustancia del informe MacBride (1980) de la UNESCO.

> «Los propietarios de la industria de la información se convirtieron en los magnates de las industrias culturales. El Tercer Mundo no tiene libertad de elección. Los medios masivos nos llegan cargados de ideología [...]».[18]

Gerace, al igual que Pasquali y otros autores latinoamericanos que publicaron en las décadas de 1960 y 1970, fueron pioneros en revelar los desequilibrios en los flujos de información y comunicación.

Otros aportes a la teoría de la comunicación para el cambio social provinieron de la práctica social de activistas políticos y artistas latinoamericanos hacia fines de la década de 1960 e inicios de la de 1970. Octavio Getino y Fernando Solanas, del Grupo Cine Liberación argentino,[19] emitieron un manifiesto a favor del «Tercer Cine» que contiene los principios de las voces y la participación en el proceso de comunicación. En forma similar, el director de teatro brasileño Augusto Boal abogaba por un «teatro del oprimido» en clara referencia a Paulo Freire, basado en el diálogo y el debate. En Chile, Ariel Dorfman y Armand Mattelart hicieron trizas la cultura popular estadounidense en el ahora clásico *Para leer al Pato Donald* (1972), que revelaba la ideología detrás de las inocentes historietas traducidas y reimpresas en América Latina. Los tres países donde se desarrollaron estas experiencias y planteamientos teóricos (Argentina, Brasil y Chile) atravesaban épocas de turbulencia política debido a intervenciones militares respaldadas por Estados Unidos. A pesar de la represión, el terreno era fértil para la innovación y las ideas nuevas para el cambio social.

Uno de los primeros autores asiáticos en analizar críticamente los modelos dominantes de la comunicación para el desarrollo fue la filipina Nora Quebral. Ya en 1971, aunque todavía influenciada por las teorías del comportamiento individual, subrayó el valor educativo de la comunicación para «estimular la conciencia y el entendimiento público». Quebral cuestionó el paradigma dominante en su trabajo sobre "Comunicación para el desarrollo":

> «Lo que diferencia a la comunicación para el desarrollo es su propósito y su esfera de acción. La publicidad, las relaciones públicas, la propaganda e incluso la extensión agrícola son instituciones occidentales. Surgieron y maduraron en Occidente en respuesta a las necesidades especiales de esa sociedad. Aunque viables en otros suelos, tienden a retener sus supuestos y metodologías de origen. Pero la comunicación para el desarrollo no es un trasplante. Dada nuestra definición, sólo puede ser un fenómeno del Tercer Mundo. De modo que, lo aceptemos o no, es nuestra responsabilidad explorar sus dimensiones, cultivarla y, sobre todo, utilizarla. Los científicos y profesionales de la comunicación de los países desarrollados nos pueden ayudar con las primeras dos labores. Pero, en el análisis final, sólo nosotros podemos tener la determinación y las agallas para hacer que la comunicación para el desarrollo funcione» (Quebral 1971).

Según Quebral la comunicación para el desarrollo «no es un trasplante», es decir, los modelos de comunicación elaborados en los laboratorios académicos en Norteamérica o Europa no son una solución automática para los países del Tercer Mundo. De manera consistente con las teorías de la comunicación que surgían en la misma época en América Latina, Quebral vincula la comunicación a la labor educativa, y trata temas de democratización y participación en el proceso de toma de decisiones. Es interesante señalar que las referencias citadas por Quebral son principalmente de autores que pertenecen al paradigma dominante, como Schramm y Lerner, lo cual indica que su propia experiencia y reflexión la llevó a cuestionar el paradigma de modernización en su región.

Quebral influyó en los académicos y estudiantes que enseñaban y estudiaban en el Colegio de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad de las

Filipinas en Los Baños. Dicha institución es uno de los más antiguos centros académicos especializados en la comunicación para el desarrollo, y la mayoría de los autores filipinos que figuran en esta Antología gravitaron en torno a el en diferentes períodos de su historia. Otros aportes filipinos importantes a la comunicación para el cambio social provinieron de Juan Jamias, Gloria Feliciano y Florangel Rosario-Braid y, a comienzos de la década de 1980, de Víctor Valbuena, Karina David y Mina Ramírez.

Es importante destacar que las mujeres realizaron algunos de los aportes más significativos durante esos años. El enfoque de Feliciano sobre la comunicación para el desarrollo también está contaminado por el modelo difusionista, que tuvo mucha influencia en las Filipinas; no obstante, ella asume la perspectiva de la cultura local y la participación. Juan F. Jamias, junto con Nora Quebral, fue uno de los que escribieron acerca de la necesidad de nuevos paradigmas. Curiosamente, en su texto titulado *La filosofía de la comunicación para el desarrollo*, Jamias cuestiona el término *cambio social* por ser demasiado "neutral" para definir el proceso de comunicación, y aboga por el de comunicación para el desarrollo como el más apropiado.

Los autores filipinos aprendieron, en sus experiencias de campo personales, que los modelos verticales que no toman en cuenta las voces y la cultura de las comunidades no constituyen aportes sostenibles para el desarrollo. Asignaron una importancia cada vez mayor a la comunicación interpersonal, apartándose de los medios masivos. Algunos, como Valbuena, Bonifacio y Mercado, añadieron a la discusión el análisis de formas autóctonas de comunicación, tal como las presentaciones teatrales filipinas tradicionales, «como canales viables de comunicación para el desarrollo: el teatro, la zarzuela, el *cancionan*, el *balagtasan*, el *balitao*, el *banatayonon* y el teatro de títeres» (Valbuena 1980). Víctor Valbuena es uno de los especialistas en comunicación asiáticos que cuestiona las nuevas tecnologías de comunicación que «se han concentrado principalmente en el sistema de emisión y, consciente o inconscientemente, pueden haber pasado por alto los contextos culturales en los que quizá tengan que trabajar» (Valbuena 1988).

Wang y Dissanayake (1982) y H. K. Ranganath (1980), entre otros académicos asiáticos, analizaron los enfoques participativos en programas de desarrollo a través del teatro comunitario, los títeres y otras formas tradicionales.

> «Los medios folclóricos[20] son flexibles: son capaces de dar importancia local a las comunicaciones al adaptarlas a las situaciones locales mediante el uso de dialectos o la incorporación de referencias específicas a las costumbres y tradiciones que ayudan a adecuar la comunicación a contextos familiares» (Valbuena 1988).

A mediados de la década de 1980, también desde una perspectiva asiática, Wimal Dissanayake y Georgette Wang contribuyeron a la discusión sobre la importancia de la cultura y elaboraron una definición de desarrollo que se apartaba del paradigma de modernización dominante hasta entonces:

> «El desarrollo es un proceso de cambio social que tiene como meta la mejora de la calidad de vida de todas o la mayoría de las personas, sin violentar el entorno natural y cultural en el que existen, y que busca la participación más estrecha posible de la mayoría de las personas en este emprendimiento, haciéndolas dueñas de su propio destino» (Wang y Dissanayake 1984).

Es interesante anotar que en el mismo 1980, en América Latina, el brasileño Luiz Beltrão completaba su análisis de la importancia de los medios folclóricos en el desarrollo. Su texto sobre el "sistema de *folkcomunicação*" es ilustrativo de una creciente tendencia mundial en los estudios de comunicación que resaltan el papel de la cultura y la tradición.[21] Esta discusión fue desarrollada aún más en los años 1990 por autores como Néstor García Canclini, Armando Mattelart, Héctor Schmucler y Rosa María Alfaro.

Se pueden encontrar paralelos en África durante los mismos años. Ya en 1972, Frank Ugboajah analizó el papel de la comunicación tradicional en el desarrollo y aportó abundantes ejemplos de diversos países de África Occidental, donde se usan tambores, bailes, máscaras, perforaciones y cicatrices corporales como formas de comunicación. Hacia 1985, Ugboajah acuñó el término *oramedia* para referirse a aquellas manifestaciones de las tradiciones culturales que desempeñan un papel en el desarrollo comunitario:

> «Los *oramedia* o medios folclóricos se fundan en la cultura autóctona producida y consumida por los integrantes de un grupo. Refuerzan los valores del grupo. Son características culturales visibles, a menudo estrictamente convencionales, mediante las cuales se mantienen y definen las relaciones sociales y una cosmovisión. Asumen muchas formas y son ricas en simbolismo» (Ugboajah 1985).

Otros autores hicieron aportes importantes a partir de comienzos de la década de 1980 desde la perspectiva de su propia experiencia africana. Joseph Ascroft (1974) y Andreas Fuglesang (1982) cuestionaron profundamente el papel de los expertos en su relación con las comunidades, de manera muy parecida a como lo hizo Paulo Freire años antes al referirse a los extensionistas rurales (Freire 1969).[22] Abogaron por el respeto de las diferencias culturales, imploraban por «tacto y humildad» (Ascroft) y echaron por tierra algunos "mitos" del desarrollo (Fuglesang 1982a). Autores y trabajadores del desarrollo como Mario Kaplún, Pierre de Zutter, Frank Gerace, Manuel Calvelo y Juan Díaz Bordenave caminaban simultáneamente por senderos similares en América Latina, cuestionando los enfoques puramente técnicos y promoviendo formas horizontales de diálogo con las comunidades rurales, mientras que Daniel Prieto Castillo y Francisco Gutiérrez, ambos inspirados por Freire, desarrollaron una nueva perspectiva del tándem inseparable de la educación y la comunicación.

Entre los autores africanos, Joseph Ascroft es uno de los más críticos de los modelos que surgieron de las teorías de la modernización. Sus trabajos con Robert Agunga y Sipho Masilela argumentan enfáticamente en favor de los enfoques participativos, incluso durante el proceso de toma de decisiones. Ascroft personifica al consultor internacional con experiencia práctica que aborda el desarrollo con una mente abierta, sin permitir que prevalezca el bagaje académico. El contacto de estos autores con comunidades en África o Asia les permitió reflexionar sobre su propio papel como expertos en desarrollo y sus obras establecen que aprendieron más de las comunidades que lo que les enseñaron a éstas.

Para contribuir al proceso de desarrollo, Ascroft reconoce que tuvo que cambiar de un enfoque convencional y «sin inspiración» del evaluador, a uno de «escucha» de lo que tenía que decir la gente local. Cuenta que un proyecto de la FAO, bien concebido y elaborado por seis expertos en Roma, era irrelevante para la realidad de las comunidades a las que se suponía debía ayudar y, por ese motivo, insostenible. Ascroft era sólo un consultor en esa época, pero probablemente sus comentarios críticos hayan ayudado a la FAO a acercarse al desarrollo participativo en los años siguientes, como efectivamente sucedió. Al leer su breve texto *A Conspiracy of Courtesy* (Ascroft 1974), uno se pregunta por qué treinta años más tarde todavía vemos tanta planificación vertical del desarrollo y tan poca participación comunitaria.

Poco ha cambiado realmente desde entonces. Aún hoy se valora muy poco la comunicación que ayuda a sacar a relucir el conocimiento que tienen las personas sobre los temas de desarrollo que las afectan. Ascroft cuestiona la influencia insidiosa de los organismos de desarrollo sobre las nuevas generaciones de africanos para oponerse a la autoridad moral y desafiar el conocimiento de los ancianos de la comunidad. Reclama un enfoque que trate con más tacto y respeto a la cultura local de las comunidades mediante una comunicación interpersonal basada en el diálogo y en saber escuchar, en lugar de imponer ideas y técnicas ajenas.

Los desafíos del Informe MacBride

Para la época en que se publicó el informe MacBride de la UNESCO, muchos autores en Norteamérica y Europa, así como en regiones en vías de desarrollo, habían aportado a la discusión sobre la necesidad de establecer políticas nacionales de información y comunicación: Juan Somavía, Cees Hamelink, Luis Ramiro Beltrán, Hamid Mowlana, Fernando Reyes Matta, Breda Pavlic, Rafael Roncagliolo, Oswaldo Capriles, Herbert Schiller, Kaarle Nordenstreng, Dallas Smythe o Giuseppe Richieri. Muchos participaron directamente en conferencias internacionales y regionales que nutrieron la labor de la Comisión MacBride, y en su informe final. Hemos incluido sinópticamente en la Antología los informes de estas conferencias, de 1976 a 1980, ya que fueron hitos en la lucha por los derechos a la comunicación y la información.

El reclamo por una participación más amplia en el proceso de comunicación provino de dos frentes: de los "altos" niveles gubernamentales, donde los países en desarrollo exigían un flujo internacional equilibrado de la información y espacios para también generarla; y el nivel comunitario más "bajo", donde se promovieron el mismo principio de apropiación (y no sólo acceso) y los enfoques éticos de la participación. Autores de todas las regiones, pero principalmente aquellos que tenían experiencia de primera mano en el Tercer Mundo, se pronunciaron sobre los enfoques participativos, el uso de nuevas tecnologías y el papel de la cultura en la comunicación para el desarrollo. De Norteamérica: L. David Brown, Shirley White, Robert Huesca, Emile McAnany y Robert Hornik; de América Latina: Jesús Martín Barbero, Orlando Fals Borda y Pilar Riaño; de Europa: Jan Servaes, Niels Röling, Göran Hedebro, Erskine Childers, Silvia Balit, Robert White, Ullamaija Kivikuru y Colin Fraser; de África: Alfred Opubor, Robert Agunga, Stefan Sonderling y Andrew Moemeka; y de Asia: Srinivas Melkote, Pradip Thomas, Neville Jayaweera y María Celeste Habito-Cadiz.

Aunque Erskine Childers no publicó ningún libro sobre comunicación para el desarrollo durante su carrera en la ONU, sus informes y recomendaciones fueron fundamentales para introducir en los programas de desarrollo un nuevo enfoque de comunicación. No escribió trabajos desde una perspectiva teórica, ya que lo que quería era persuadir a los administradores de los programas de la ONU de aplicar las herramientas de planificación de la comunicación que se habían adaptado al contexto sociocultural del desarrollo.

Childers murió en 1996 y, ese mismo año, Royal Colle publicó un artículo en el que establecía el aporte de Childers y de su esposa, Mallita Vajrathan, a la comunicación para el desarrollo, principalmente a través del establecimiento del Servicio de Apoyo al Desarrollo de la Comunicación (DSCS por su sigla en inglés), una unidad en Bangkok que operaba bajo los auspicios del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). El legado de Childers fue honrado en los años siguientes, a medida que la FAO, la UNESCO y UNICEF emprendían programas de apoyo al desarrollo de la comunicación y se convertían en organizaciones que propugnaron un enfoque de la comunicación para el desarrollo que claramente se apartaba de los modelos de modernización generados por los académicos en Estados Unidos.

Trascendencia: introducción a las lecturas contemporáneas

Cinco derroteros hacia el discurso contemporáneo

Hacia mediados de la década de 1990, una serie de sucesos, innovaciones tecnológicas y avances teóricos conjuntamente dieron lugar a un nuevo ímpetu en la forma de concebir el desarrollo y el cambio social. Esto, a su vez, influyó en la práctica de la comunicación para el cambio social. Dicho ímpetu, que ha dictado la agenda del debate contemporáneo sobre la comunicación, el desarrollo y el cambio social se presentó como una crítica académica al planteamiento anterior de sus conceptos fundamentales y, simultáneamente, como una ruptura deliberada con dicho planteamiento. Esta tendencia se hizo evidente en textos académicos importantes publicados a mediados de la década de 1990 y en una serie de cumbres de la ONU celebradas entre 1992 y 1997.

Tanto estas conferencias internacionales como el pensamiento crítico sobre la práctica actual del desarrollo afectaron la postura académica frente a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Ocurrió un replanteamiento de los conceptos medulares, lo cual condujo a una renovada atención a los temas de derechos humanos, equidad entre géneros, sostenibilidad, procesos participativos, buena gobernanza y justicia social. Al mismo tiempo, los avances tecnológicos obligaron a una reexaminación. El desarrollo de la World Wide Web, en combinación con la desregulación de los medios y la liberalización de los mercados de los medios de difusión, contribuyeron al concepto rápidamente aceptado de que la esfera pública mediatizada debe servir de foro para la negociación y para la confrontación entre ideas y opiniones. Este ímpetu ha cobrado fuerza, voz y visibilidad desde mediados de la década de 1990.

Sugerimos que ha habido cinco derroteros o perspectivas medulares en la comunicación para el cambio social desde 1995 que afectan tanto al estudio teórico como a la práctica:

- Paradigmas en el desarrollo, y paradigmas en la comunicación para el desarrollo y el cambio social.
- Cultura popular, la narrativa y la identidad.
- Movimientos sociales y participación comunitaria.
- El poder, los medios y la esfera pública.
- La sociedad de la información y los derechos de comunicación.

Estos cinco derroteros conforman el esquema de la sección dedicada a las lecturas contemporáneas de este libro. Con frecuencia, un solo texto abarca más de uno de estos cinco temas. No obstante, para facilidad de organización, cada manuscrito se ha colocado bajo una de estas perspectivas. El objeto es demostrar cómo cada escritor contribuyó al debate contemporáneo en torno a cada uno de los temas.

Además de las cinco áreas temáticas, los autores incluidos en esta sección de lecturas contemporáneas ofrecen tres niveles de reflexión: teórica, específica y sobre el terreno, o cómo el tema se aborda en distintas partes del mundo.

Paradigmas en la comunicación para el desarrollo

En el marco de la disciplina científica de los estudios sobre el desarrollo, el año 1995 estuvo marcado por la publicación de *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World* del antropólogo colombiano Arturo Escobar, que se convirtió en un hito en la crítica poscolonial de los discursos dominantes en el desarrollo. Voces de las antiguas colonias europeas y de los países en el denominado mundo en desarrollo impugnaron cada vez más tanto la dominación discursiva del debate por los teóricos y las voces del denominado mundo desarrollado, como las definiciones fundamentales de los problemas y retos en el campo del desarrollo. El texto de Escobar marca un cambio paradigmático en la conceptuación de los problemas del desarrollo, en quiénes expresan qué preocupaciones, y en qué agendas se llegan a aplicar. Esta crítica poscolonial, a la cual se han sumado otras voces más recientes, continúa incluso con más alcance e intensidad.

El Foro Social Mundial en Porto Alegre, Brasil, junto con el movimiento antiglobalización de protesta contra la reunión de la Organización Mundial del Comercio en Hong Kong (ambos en 2005), combinados con el aumento en las redes transnacionales, señalan una creciente preocupación gu-

bernamental y no gubernamental por cómo conceptualizar el desarrollo.

Si miramos hacia atrás, el debate contemporáneo respecto del paradigma del desarrollo, que también informa el pensamiento sobre la comunicación para el cambio social, empezó luego de la caída del Muro de Berlín en 1989 y el colapso de la Unión Soviética. Por un lado, estos acontecimientos ayudaron a preparar el terreno ideológico para la proliferación del desarrollo orientado hacia el mercado. Esto se volvió el enfoque central de los principios del Banco Mundial y se vio reflejado en los programas de ajuste estructural y la privatización de las grandes empresas estatales en muchos países en desarrollo. Tuvo resonancias en el desenvolvimiento de los medios, tal como se vio con la privatización de los medios de difusión estatales, la desregulación y la liberalización del flujo de los medios masivos.

Sin embargo, paralelamente al *mantra* del libre mercado surgió una preocupación creciente por la concentración estrecha en el desarrollo económico y la falta de resultados logrados por la labor en este campo en las últimas décadas. Se necesitaban desesperadamente perspectivas más amplias y nuevas estrategias para contrarrestar muchos de los problemas del desarrollo. En este contexto, la crítica poscolonial se volvía más persuasiva.

En el mundo de las instituciones de desarrollo, un paso adelante crucial hacia la definición de los matices de cómo se entiende el desarrollo provino de los debates que surgieron en torno a las conferencias de la Organización de las Naciones Unidas celebradas a lo largo de la década de 1990. En 1991, el PNUD lanzó su innovador Índice de Desarrollo Humano (IDH), una herramienta para recoger y, así, medir algunas de las dimensiones más amplias y "más blandas" del desarrollo, tales como la salud y la educación. Este concepto desafiaba profundamente los índices altamente centrados en lo económico utilizados para la medición del desarrollo y contribuyó, junto con algunas de las subsiguientes cumbres más grandes de la ONU, tales como la Cumbre sobre Desarrollo Sostenible de Río en 1992, la Conferencia sobre Población y Salud Reproductiva de El Cairo en 1994, la Conferencia sobre la Mujer de Beijing en 1995, y la Cumbre Social de Copenhague en 1995, a una expansión conceptual profunda de la idea del desarrollo.

En el mundo académico, el teórico británico Robert Chambers fue un precursor y una inspiración para parte del debate institucional con su libro *Rural Development: Putting the Last First*, publicado en 1983, donde profundizaba en el concepto de la participación y abogaba enérgicamente por un desarrollo participativo con una agenda centrada en la pobreza. A nivel de políticas, esto asumió un papel preponderante en la agenda mundial de desarrollo 12 años después, durante la Cumbre Social de la ONU en Copenhague en marzo de 1995, a la cual Chambers aportó con uno de los documentos informativos clave.

Con la llegada de la década de 1990, en el campo del desarrollo se empezaron a replantear los temas que se habían considerado "de desarrollo" históricamente. Por ejemplo, se estableció ONUSIDA en 1995 para asumir la dirección conjunta del sistema de la ONU en la lucha contra el VIH/SIDA. El establecimiento de este organismo coordinador constituyó una expansión del concepto del VIH/SIDA, que pasó de ser un problema de salud bajo los auspicios de la Organización Mundial de la Salud a un problema más amplio que debía ocupar a todos los organismos de la ONU. La ampliación conceptual de este reto enorme al desarrollo, el VIH/SIDA, marca una tendencia notable en el debate del desarrollo: planteamientos temáticos más amplios respecto de los retos que plantea, un cambio conceptual que ahora estamos viendo en todos los sectores, desde la agricultura al desarrollo sostenible, de la equidad de géneros hasta los derechos humanos. En el caso del VIH/SIDA, constituye el reconocimiento de que esta pandemia se ha desplazado de ser exclusivamente un problema de salud a ser un desafío extenso y complejo para el desarrollo.

El nivel teórico del debate se centra en planteamientos y conceptos medulares recurrentes en el discurso contemporáneo sobre la comunicación para el cambio social. Estos textos sugieren perspectivas, teorías y enfoques para fortalecer el campo conceptual de la comunicación para el cambio social. Aunque muchos de los textos no usen explícitamente las palabras comunicación para el cambio social, hemos seleccionado aquellos cuyos principios concuerdan con la teoría de la comunicación para el cambio social y que contribuyen al debate contemporáneo.

James Deane contribuye en esta sección con una reseña de las críticas recurrentes al campo emergente de la comunicación para el cambio social. Examina cuatro argumentos:

- La comunicación participativa centrada en las personas ha sido central en la mayor parte de la teoría y la práctica predominantes en la comunicación desde hace muchos años.
- Se están creando divisiones artificiales entre los distintos enfoques que comprenden la disciplina académica de la comunicación.
- Los principios de la comunicación para el cambio social necesitan un análisis académico más riguroso para respaldar sus argumentos.
- Los principios de la comunicación para el cambio social se deben fortalecer en la práctica.

Desde que se escribió dicho texto, el campo ha avanzado considerablemente, tal como se ve reflejado en otros ensayos de esta sección.

En la evaluación de cómo la comunicación para el cambio social se relaciona con la teoría predominante respecto de la comunicación, la concentración en su uso planificado o estratégico ha devenido en un principio emergente, por más disputado que se vea por el enfoque horizontal, no sólo en lo relativo a la comunicación sino también a la toma de decisiones, tal como se conoce de la teoría del desarrollo participativo.

Otro elemento es la relación entre la investigación y la acción. Dicho sin rodeos, la comunicación para el cambio social ha sido para muchos un proceso impulsado por la acción, en el que el papel de la investigación se considera marginal. El texto de Sandra Massoni aboga por la investigación impulsada por la acción, con lo cual se refiere al tema de las divisiones académicas de la disciplinas y de cómo la teoría y la práctica se relacionan entre sí. Su planteamiento es el de un enfoque multidisciplinario hacia la comunicación que mantenga una agenda de investigación estratégica e impulsada por la acción, algo similar a las ideas precursoras de Fals Borda sobre la investigación-acción. La investigación y, por tanto, la academia se convierten en un elemento integral en un proceso de comunicación para el cambio social y viceversa.

El modelo de Massoni se basa en una epistemología de la complejidad derivada de Edgar Morin. Se relaciona bien con el llamado que se ha hecho en los debates sobre la comunicación para el cambio social a contemplar múltiples contextos de comunicación.

Añadiendo a las capas de complejidad, Robert Huesca resume los avances clave en el campo y señala la necesidad de pasar del "nombrar el mundo" a un planteamiento teórico más sólido del principio de Freire. En este nivel general de reflexión, también encontramos el intento ambicioso de Jesús Galindo de formular una «comunicología», una teoría sobre la comunicación, un emprendimiento que podríamos considerar un intento de hacer hoy lo que Pasquali hizo hace más de 40 años: evaluar la naturaleza misma de la comunicación y explorar sus posibilidades y limitaciones, tomando en consideración el desarrollo teórico y tecnológico actual.

El segundo nivel introductorio del debate radica en la discusión sobre la comunicación para el desarrollo y para el cambio social desde perspectivas tanto regionales como conceptuales. Por un lado, el teórico sudafricano Stefan Sonderling hace una evaluación crítica de la comunicación de apoyo al

desarrollo y, por otro lado, Cortés hace una crítica dura al *mantra* de las campañas.

Un paso importante en la consolidación conceptual de la disciplina de la comunicación para el cambio social radica en la convergencia de la teoría y la práctica. Por ejemplo, el texto de Silvio Waisbord es una visión general de las líneas principales de indagación y debate en la comunicación para el desarrollo en búsqueda de los puntos de convergencia entre lo que anteriormente eran esferas muy separadas de pensamiento y práctica en la comunicación para el desarrollo. Otros resaltan dimensiones alternativas: por ejemplo, la insistencia de Huesca en ver la comunicación como un proceso y el rescate que hacen Fraser y Restrepo de los aspectos fundamentales aprendidos del mercadeo social. Su perspectiva también contrasta con la evaluación crítica del mercadeo social hecha por Cortés.

El tercer nivel se desplaza a una evaluación más empírica de cómo la comunicación para el desarrollo y el cambio social se percibe en distintas partes del mundo: los ensayistas Cimadevilla (América Latina), Nyamnjoh (África) y Hemant Shah con Karin Wilkins (Medio Oriente/Estados Unidos) presentan perspectivas basadas en experiencias regionales. También se ofrecen distintas perspectivas temáticas, tales como la del desarrollo sostenible (Bedregal y Díaz Bordenave) y la comunicación en salud (Airhihenbuwa y Obregón).

Lo que caracteriza a este debate global en torno a la comunicación, el desarrollo y el cambio social parece ser que la comunicación para el cambio social ha surgido como un espacio clave de encuentro y convergencia teórica. Refleja las limitaciones reconocidas de las escuelas de pensamiento tradicionalmente separadas en el campo de la comunicación para el desarrollo, y sirve de foro para el debate de las voces nuevas y la rearticulación de los conceptos de larga data de participación, diálogo y comunicación horizontal. Estos procesos de convergencia y encuentro de ideas reúnen lo que en la actualidad se está convirtiendo gradualmente en un llamado más insistente a una práctica de la comunicación orientada hacia el cambio social y guiada por los principios delineados anteriormente.

La cultura popular, la narrativa y la identidad

La concentración cada vez mayor en el papel de la cultura popular en los procesos de desarrollo surgió en América Latina durante la década de 1980 en artículos que resaltaban el debate latinoamericano sobre los medios, la cultura popular y la identidad en su relación con el desarrollo en la región. Sin embargo, sólo cobraron amplia circulación internacional en sus versiones en inglés de mediados de la década de 1990. Ése es el caso de *De los medios a las mediaciones* del colombiano Jesús Martín Barbero, publicado inicialmente en español en 1987 y en inglés en 1993. También, el del libro *Culturas híbridas* del argentino-mexicano Néstor García Canclini, publicado en español en 1989 y en inglés en 1995.

Los trabajos sobre cultura popular, género y la esfera pública de pioneros como la peruana Rosa María Alfaro se escribieron y publicaron en español durante la década de 1980 y a comienzos de la década de 1990. Entre estos pioneros se encuentran los teóricos mexicanos Jorge González, Guillermo Orozco y Rossana Reguillo. No obstante, ya que el trabajo de estos teóricos se publicó únicamente en español, la circulación de sus ideas ha sido limitada en la mayoría de los casos.

Paralelamente a este planteamiento latinoamericano, los estudios culturales en el Reino Unido crecieron como disciplina en las áreas de sociología, estudios de medios, educación y otras ciencias sociales y humanas. Cabe destacar la reorientación en los estudios de comunicación de un análisis crítico de contenidos a los estudios de audiencias, con énfasis en los estudios cualitativos de audiencias, tal como se ve en el trabajo de los analistas de la recepción David Morley, Janice Radway, Ien Ang y muchos otros. Se vio una reorientación similar en los países nórdicos con el surgimiento de estudios cualitativos de audiencias realizados por teóricos como Klaus Bruhn Jensen, Kim Schrøder, Kirsten Drotner y Birgitta Højer. Sin embargo, en comparación con sus colegas latinoamericanos, los europeos del norte tienen un vínculo más limitado con los debates sobre desarrollo y cambio social, aunque sí se aprecia una crítica social y una crítica de políticas en algunos teóricos británicos. Aún así, los teóricos del norte de Europa y de América Latina —complementados por polos precursores de atención académica similar en Sudáfrica y Australia— conjuntamente se convirtieron en los pioneros del creciente énfasis internacional en la cultura y la narrativa populares y la formación de identidad, por no hablar de la tendencia que se experimentó en Estados Unidos y Canadá en la década de 1990.

La característica en común de estos autores es su reevaluación del papel de la cultura popular, la narración de cuentos y la vida cotidiana en los procesos de "dar sentido". Los latinoamericanos vincularon su enfoque en la cultura popular a la agenda política de las políticas culturales y a otros temas de desarrollo. La omisión de la cultura popular —el hecho de que la teoría del desarrollo había pasado por alto por tantos años la diversidad cultural, la resistencia cultural y los derechos culturales— cambió radicalmente debido a la influencia de algunos de los pensadores latinoamericanos incluidos en la presente Antología.

En el mundo de las instituciones de desarrollo, la UNESCO ha desempeñado el papel crucial de integrar la comunicación y la cultura en la agenda de desarrollo. Entre 1988 y 1997, este organismo encabezó, en nombre del sistema de la ONU, lo que resultó ser una Década Mundial de la Cultura y el Desarrollo bastante somnolienta. En el curso de dicha década, la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo sí produjo un informe final, *Nuestra diversidad creativa*, que, en su evaluación del papel de la comunicación en conexión con la cultura y el desarrollo, fue innovador. En su evaluación de la vanguardia en cuanto a la diversidad cultural del mundo, el informe le atribuye, por primera vez, un papel central e integral a la comunicación.

El capítulo referente a los medios, escrito en coautoría con el antropólogo Néstor García Canclini, es un aporte importante para la formulación de políticas culturales nacionales. Es importante en tanto describe un concepto amplio de la cultura, en el cual la comunicación y, cada vez más, la comunicación mediatizada, desempeñan un papel.

Tradicionalmente, la UNESCO ha mantenido separado su mandato para la cultura de aquel que concierne a la comunicación. En tiempos de globalización cultural y de gran desarrollo internacional y transnacional de los medios, esto debe cambiar. Pasada la Década Mundial de la Cultura y el Desarrollo, la UNESCO aprobó en 2001 la Declaración sobre la Diversidad Cultural, pero Estados Unidos se opuso a ella con el argumento de que las producciones culturales son productos comerciales y deben ser incluidos en los tratados comerciales. Esta disputa destaca precisamente el dilema entre los temas "blandos" del debate del desarrollo —cultura y comunicación— frente a los temas "duros" de la economía y el comercio. Finalmente, la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales fue adoptada por la 33ª sesión de la Conferencia General de la UNESCO en octubre de 2005 —pese a la cerrada oposición de Estados Unidos— y entró en vigor el 18 de marzo de 2007.

El antropólogo indio Arjun Appadurai, uno de los más prominentes pensadores poscoloniales sobre la globalización cultural, contribuye en la sección sobre cultura popular e identidad con un extracto de su libro de 1996 en el que describe su «teoría de la ruptura». El interés epistemológico de Appadurai se centra en explorar la relación entre la globalización y la modernidad.

Appadurai argumenta que los medios electrónicos «ofrecen nuevos recursos y nuevas disciplinas para la construcción de individualidades imaginadas y mundos imaginados». Yuxtapuestos a las migraciones tanto voluntarias como forzadas, el resultado,

sostiene, es «un nuevo orden de inestabilidad en la producción de subjetividades modernas». De este modo, Appadurai aboga por la centralidad de los medios y la comunicación e, implícitamente, de la cultura popular y la narrativa, en la formación de la identidad en los tiempos de la globalización.

Muchos de los temas que Appadurai destaca se fundan teóricamente en los estudios culturales latinoamericanos. El trabajo de Jesús Martín Barbero es importante en tanto muestra cómo los géneros de los medios masivos están culturalmente sincronizados con la narración oral de cuentos y las tradiciones culturales populares, temas destacados también en las obras de los investigadores de la comunicación chilenos María Helena Hermosilla y Valerio Fuenzalida.

Exploradas como un potencial para la articulación del cambio social, tal como se ve tanto en la "cultura piquetera" argentina como en la "cultura zapatista" mexicana, las tradiciones culturales populares han creado, por su sola existencia cotidiana, espacios de resistencia y de cambio. Desde este punto de partida, la mexicana Rossana Reguillo acertadamente pregunta: «¿En qué medida y hasta dónde la "cultura piquetera", la "cultura zapatista" o "la cultura antiglobalización" son capaces de desestabilizar no sólo los símbolos consagrados, sino además las estructuras de la vida cotidiana y hacer posible desde ahí una subjetividad distinta?» (Reguillo 2004).

Centrándose también en la cultura popular, el sudafricano Charles Malan y el indio Pradip Thomas escriben sobre el papel de la comunicación popular en el desarrollo. Desde una perspectiva teórica, ambos escriben sobre el cambio rápido, la globalización y el hibridismo cultural del mundo contemporáneo, a manera de afinación de los planteamientos anteriores de Valbuena y Beltrão. Valbuena y Beltrão escriben sobre las contribuciones de los medios de comunicación populares a la expresión de la resistencia cultural y a la crítica social y el activismo político.

Tanto García Canclini (América Latina) como Gilroy (estudios culturales británicos) escriben sobre la importancia de la transversalidad del «hibridismo cultural», contemporáneamente con los estudios de Martín Barbero sobre el mestizaje cultural, las condiciones de la vida cotidiana y la producción de significado. Las fusiones culturales de las prácticas cotidianas, los rituales, los hábitos, los valores y las tradiciones culturales pueden fusionar las prácticas culturales rurales y urbanas, premodernas y modernas. Esto ocurre a menudo de maneras disputadas y conflictivas, y a costas de que algunas formas de expresión adquieran preponderancia y otras queden subordinadas. Gustavo Cimadevilla de Argentina también nos hace notar la necesidad de reflejar el papel de las «nuevas ruralidades» en una época en la que el proceso de desarrollo y modernización parece sinónimo de urbanización. Junto con el interés mostrado por las instituciones académicas y de la sociedad civil en comprender el potencial de la modernización y la urbanización en la transformación cultural, los teóricos están empezando a reconocer que la cultura es un mediador clave en el desarrollo y el cambio social.

En la práctica de la comunicación, los conceptos de cultura y el reconocimiento de su fuerza ahora se han vuelto cruciales. Aunque la tradición de educación-entretenimiento (edu-entretenimiento o EE) existe desde tiempo atrás como un enfoque utilizado por los mercadotecnistas sociales, durante los últimos 10 años la perspectiva de la EE se ha ampliado en su base teórica y como estrategia de comunicación. Esto se ve en el desarrollo conceptual de la EE de Douglas Storey inspirado en Bakthin, así como en el trabajo de Valerio Fuenzalida sobre protagonistas sociales en sus proyectos de telenovela para la televisión chilena. Tufte resume los nuevos planteamientos mediante una descripción de las tres direcciones básicas de la educación-entretenimiento contemporánea. Temáticamente, uno de los retos del desarrollo que emplea los formatos narrativos culturales populares con mayor frecuencia es la lucha contra el VIH/SIDA.

En su búsqueda de «nuevas utopías de la comunicación», Rosa María Alfaro evalúa la teoría y práctica actuales de la comunicación y delinea las transiciones necesarias para transformar la comunicación popular en una más cívica:

- De una recuperación de las culturas y la memoria popular a una participación en la producción cultural universal.
- De explicar las ideas innovadoras o atacar las hegemónicas a fomentar el cambio cultural deliberativo y proposicional.
- De la visibilidad de la palabra popular al concepto de influir en las decisiones o el empoderamiento.

Movimientos sociales y participación comunitaria

Una dimensión cada vez más relevante de los procesos de desarrollo de mediados de la década de 1990 ha sido el crecimiento y la articulación de los movimientos transnacionales de la sociedad civil. Estos movimientos sociales quizá hayan resultado de las conexiones expandidas entre los países a consecuencia de una mayor movilidad internacional, tanto física como simbólica. El desarrollo tecnológico es un factor importante en la facilitación de la movilidad tanto física como simbólica. Esta última abarca la creciente circulación de los productos culturales y los medios masivos en todo el mundo.

El antropólogo sueco Ulf Hannerz aborda estos temas en su libro *Transnational Connections*, de 1996.[23] Físicamente, las conexiones transnacionales se pueden considerar un resultado de la creciente globalización económica. No obstante, a la vez que las redes internacionales y transnacionales crecen, las plataformas nacionales para la expresión de demandas sociales se están debilitando. Las oportunidades para la comunicación para el cambio social, por consiguiente, se presentan cada vez más a nivel transnacional.

En combinación con los desarrollos tecnológicos —principalmente la World Wide Web, el correo electrónico, las comunicaciones por satélite y por cable, y los medios de comunicación digital—, una plataforma transnacional nació *de facto*. En relación con la comunicación para el cambio social, esto causó la configuración de oportunidades transnacionales nuevas y más dinámicas para que la sociedad civil exprese sus inquietudes a nivel mundial.

Un ejemplo es el levantamiento zapatista en el sur de México, que empezó el 1 de enero de 1994. Las protestas sociales locales de la población indígena mexicana se abrieron paso a gran escala en la esfera pública mediática internacional a través de internet, y se convirtieron en un símbolo de todos los pueblos oprimidos del mundo.

En el mundo de las organizaciones internacionales de desarrollo, el funcionamiento de las plataformas transnacionales para expresar las inquietudes de la sociedad civil se vio por primera vez en la Cumbre sobre el Desarrollo Sostenible de Río de Janeiro en 1992. Esta cumbre de la ONU atrajo a una cantidad enorme de representantes de organizaciones no gubernamentales internacionales, organizaciones comunitarias y otras organizaciones sociales al foro paralelo para la sociedad civil. El número de organizaciones representadas fue sin precedente. La utilización de estas cumbres de la ONU como plataforma transnacional para la movilización social se incrementó y fue muy relevante en torno a la Conferencia de El Cairo de 1994, la Cumbre Social de Copenhague de 1995 y la Conferencia de la Mujer en Beijing de 1995. Más recientemente, las Cumbres Mundiales sobre la Sociedad de la Información, celebradas en Ginebra en 2003 y en Túnez en 2005, estuvieron marcadas por una fuerte articulación de la sociedad civil.

Las conexiones transnacionales descritas facilitaron la articulación internacional de voces y protestas. El transnacionalismo, como dimensión medular de la expresión de problemas de parte de la sociedad

civil, nació como una plataforma de voz y protesta social que cuestionaba los procesos de desarrollo y de cambio, con lo cual se añadió una nueva capa a los niveles de participación y movimiento social.

El movimiento antiglobalización cobró ímpetu a fines de la década de 1990, marcado por las protestas en las reuniones de la Organización Mundial del Comercio en Seattle (1999), Ginebra (2000) y Göteborg (2001). Estos enfrentamientos sirvieron de reivindicación poderosa de la participación ciudadana en los procesos culturales, políticos y económicos que influyen en la globalización. Mediante la combinación de manifestaciones públicas y actos de desobediencia civil con un uso estratégico de internet como herramienta de comunicación, estas protestas captaron gran visibilidad mediática.

En lo que se refiere a la comunicación, muchos movimientos sociales y encuentros transnacionales utilizan el tipo de comunicación horizontal por el cual Frank Gerace y Luis Ramiro Beltrán abogaban ya en los años 1970. La insistencia en participar en los procesos internacionales de toma de decisiones que afectan a grandes sectores de la población mundial y al desarrollo del planeta (Pieterse 2001)[24] es ahora un distintivo de la cooperación internacional para el desarrollo y un uso importante que la sociedad civil hace de la comunicación transnacional para el cambio social.

Los textos de esta sección se centran en comprender las características de los nuevos movimientos sociales que están surgiendo a la luz de la reciente globalización económica, política y cultural. Al describir los nuevos movimientos sociales, Robert Huesca define el cambio social como uno que «surge de la acción coordinada que ocurre fuera de las instituciones formales como los partidos políticos y los sindicatos de trabajadores». La novedad, según Huesca, radica en «su atención a la formación de identidad como foco de la acción coordinada y el hecho de restar importancia al acceso grupal a los recursos institucionales o la adhesión a las ideologías globales que guiaron la movilización».

El texto de Huesca, resalta que los movimientos sociales son respuestas desde abajo a los procesos de globalización impuestos desde arriba. Son, en su criterio, una «globalización desde abajo» que representa diversos temas, pero centrados de modo similar en la justicia y la equidad social en épocas de cambios fundamentales en la sociedad. Como afirma:

> «De hecho, los nuevos movimientos sociales, frecuentemente diversos y centrados en la formación de identidad, han surgido en este contexto rico y contradictorio y podrían presentar el desafío más significativo en la lucha global por garantías democráticas y la prestación de servicios sociales».

Esta sección se concentra en los movimientos sociales, pero también en el papel de la comunicación y de los medios en los procesos de cambio contemporáneos. Clemencia Rodríguez escribe acerca del uso que de los medios hacen los movimientos ciudadanos para lograr sus metas. Exhorta a un examen más profundo de los medios comunitarios:

> «Mientras que los estudios culturales parecen centrar su atención en los textos mediáticos de los dominantes y cómo los públicos interactúan con ellos, los textos mediáticos de los ciudadanos comunes y corrientes no han alcanzado la categoría de objetos de estudio».

Para encuadrar las experiencias vividas de los medios alternativos, Rodríguez sugiere un marco teórico que se remite a la teoría de democracia radical de Mouffe y McClure. A partir de un análisis de los conceptos de ciudadanía, el aporte conceptual más importante de Rodríguez es su sugerencia de un nuevo concepto que reemplace a los medios alternativos; a saber, el concepto de medios ciudadanos.

El término medios ciudadanos implica que una ciudadanía colectiva activamente interviene y transforma el paisaje establecido de los medios; los medios ciudadanos impugnan los códigos sociales, las identidades legitimadas y las relaciones sociales institucionalizadas, y las prácticas de comunicación empoderan a la comunidad pertinente, al punto en que el cambio y la transformación social sean posibles.

Otros escritores incluidos en esta sección reflexionan sobre los conceptos de participación (Cleaver) y de medios comunitarios (Opubor, Peruzzo, Yoon y Bessette), o debaten sobre los requisitos para los comunicadores en un marco de comunicación para el cambio social (Gumucio Dagron). El desarrollo de la radio comunitaria ofrece nuevas oportunidades de participación local mediante el debate público a través de los medios. Peruzzo, Roncagliolo y Opoku-Mensah todos escriben sobre este tema. Uno de los padres fundadores de los estudios sobre medios alternativos, John Downing, ofrece el concepto de «medios radicales» que, conjuntamente con el artículo de Clemencia Rodríguez sobre los medios ciudadanos, resulta ser un punto de partida útil para la discusión sobre los conceptos de medios comunitarios. A cada uno de los textos en esta sección podríamos aplicar las palabras de Alfred Opubor: «Si los medios comunitarios son la respuesta, ¿cuál es la pregunta?».

El poder, los medios y la esfera pública

Hacia mediados de la década de 1990 se profundizó el enfoque en el concepto de poder y las relaciones de poder en el desarrollo. El papel de la esfera pública en el desarrollo va de la mano de este énfasis. Mientras que el debate sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) de la década de 1980 se centraba en el acceso a la esfera pública, la atención hacia mediados de la década de 1990 se centraba más bien en el carácter y la naturaleza de la esfera pública tal como estaba cambiando. Se hizo mayor hincapié en cómo las relaciones de poder desiguales impiden que algunos grupos sociales, trátese de mujeres o personas afligidas de VIH/SIDA, tengan acceso a la esfera pública mediática y visibilidad en ella.

Luego de la traducción al inglés en 1989 de *The Structural Transformation of the Public Sphere* del científico social alemán Jürgen Habermas, se encendió nuevamente el debate anglosajón sobre la esfera pública. El sociólogo John B. Thompson —en *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media* (1995)— critica la conceptualización de Habermas y reevalúa la esfera pública mediática como foro medular del debate democrático. La feminista y especialista de los medios peruana Rosa María Alfaro formula su crítica de la esfera pública desde la perspectiva activista, y aboga por los derechos de las bases populares a tener acceso, representación y voz en la esfera pública mediática.

Para las instituciones de medios masivos, la década de 1990 presenció la combinación de varios acontecimientos que contribuyeron a la reconfiguración de la esfera pública, dividiéndola en varias situaciones secundarias. Por un lado, vemos una esfera pública cada vez más comercializada, privatizada y mediatizada en los niveles nacionales, guiada por la lógica del mercado y centrada en los *ratings*. Esto, por consiguiente, dificulta que los ciudadanos comunes y corrientes accedan a los medios. Éste es principalmente el perfil de los medios en las Américas, reforzado en los últimos años. En África, los medios están menos desarrollados, pero los obstáculos son los mismos. La respuesta de la sociedad civil ha sido profesionalizar sus estrategias de comunicación y de medios con la esperanza de obtener un acceso mejor a las esferas públicas mediáticas de control privado. Para este fin, se concentran en eventos y acciones tendientes a llamar la atención de los medios. El lado negativo es que la presentación de causas, ideales, mensajes y argumentos se simplifica excesivamente.

Otra situación secundaria a la que está llegando la esfera pública es la proliferación de canales de comunicación y la disminución de los precios de las tec-

nologías de información y comunicación. En África, los procesos de liberalización y desregulación están conduciendo a una proliferación de los medios comunitarios —comerciales, de propiedad del Estado y radio comunitaria—, muchos de ellos promovidos por organizaciones no gubernamentales, organizaciones comunitarias e iglesias. Para mantenerse a la par, la sociedad civil debe adquirir sus propios canales de comunicación, particularmente en vista de la creciente dificultad para obtener acceso a los medios convencionales más grandes.

Conjuntamente, el desarrollo de los medios y el desarrollo de una esfera pública cada vez más mediática apuntan hacia una polarización entre los medios ciudadanos (locales o transnacionales), por un lado, y una esfera pública cada vez más privatizada de todas las principales redes de medios y comunicaciones, por el otro. Los nuevos movimientos sociales, casi por definición, van a tener dificultades para expresar sus inquietudes a través de las redes de comunicación privatizadas más grandes. Les quedan los medios de orientación comunitaria más marginales, por ende más pequeños. Es en este sentido que los argumentos de Ignacio Ramonet (2003) en favor de un quinto poder presentan un necesario camino hacia adelante y que invita a la reflexión:

> «La globalización ahora también significa la globalización de los medios masivos y las empresas de medios e información. A estas grandes empresas les preocupa el crecimiento, lo que significa que deben desarrollar relaciones con los demás poderes de la sociedad, de modo que ya no alegan que actúan como un cuarto poder con un objetivo cívico y un compromiso con la denuncia de los abusos de los derechos humanos. No están interesados en corregir las fallas de la democracia y crear un sistema político mejor. No tienen ningún interés en ser un cuarto poder y menos aún en servir de poder compensatorio. Incluso cuando sí constituyen un cuarto poder, dicho poder no es más que un apéndice de los poderes políticos y económicos de turno y opera como un poder complementario para aplastar a la población.
>
> «¿Cómo debemos reaccionar a todo esto? ¿Cómo nos podemos defender? ¿Cómo podemos resistir la ofensiva de este nuevo poder que ha traicionado a la sociedad y se ha pasado al bando enemigo? La respuesta es simple. Tenemos que crear un poder nuevo, un quinto poder que nos permita oponer una fuerza cívica a esta nueva coalición de mandatarios. Un quinto poder que denuncie el hiperpoder de los conglomerados de los medios que son cómplices y difusores de la globalización neoliberal».

Los textos de esta sección explican los problemas y las relaciones de los medios en las sociedades democráticas modernas. Armand Mattelart reafirma la postura crítica de Ramonet y critica la falta de democracia en el desarrollo durante una época de euforia tecnológica y de democracia mercantilista. En lugar de ver la comunicación como un bien público, la considera algo sobre lo cual los consumidores deben decidir y que ellos deben regular. Mattelart encuentra que esto forma parte del debate y sostiene que tanto la comunicación, la educación y la salud, como el medio ambiente, son derechos públicos indispensables.

Ruth Teer-Tomaselli, de Sudáfrica, reafirma que los sectores de la comunicación y la información constituyen «tanto "lugares" como "instrumentos" del cambio» y dirige nuestra atención hacia la crisis actual en el servicio público de radio y teledifusión.

Otros artículos se adentran en un análisis de lo que Martín Barbero llama «la crisis de la representación» en la esfera pública, que se reitera —centrado en los discursos del desarrollo—en el análisis de Escobar sobre la «deconstrucción del desarrollo». Escobar caracteriza este proceso de deconstruir el desarrollo como uno lento y doloroso. No obstante, en su llamado a poner fin a las prácticas discursivas de los últimos 40 años del desarrollo —un llamado coreado por Karin Wilkins desde una perspectiva de género—, Escobar abre una ventana de esperanza y optimismo al afirmar que «aunque siempre es parcial, la desconexión con no poca frecuencia presenta oportunidades atractivas desde la perspectiva de la gente pobre». La contribución de Alfaro en esta oportunidad es una deconstrucción sistemática del concepto de esfera pública, y sus sugerencias —desde una postura participativa y orientada a la acción— de los derroteros que tenemos por delante. Alejandro Barranquero también emprende una exploración teórica de la comunicación para el cambio social mediante un análisis de las complementariedades entre Freire y Habermas.

Por último, Khotari analiza el concepto de poder en relación con el desarrollo de estrategias participativas en las políticas y la práctica del desarrollo. Jan Servaes ofrece un análisis crítico de la evaluación en la investigación de la comunicación y Nurit Guttmann aporta una evaluación igualmente crítica del uso de campañas en la información y comunicación en salud. Warren Feek finaliza esta sección sugiriendo una manera simple de analizar el papel de la comunicación y los medios en la consecución de un impacto sostenible.

Sociedad de la información y derechos de comunicación

El derrotero final para un nuevo ímpetu en el debate contemporáneo sobre la comunicación para el cambio social es la sociedad en red. En 1995, Google se empezó a cotizar en la Bolsa de Valores de Nueva York, marcando un clímax tecnológico en el establecimiento de una sociedad global en red. Conceptualmente, y en relación con la comunicación para el cambio social, el sociólogo español Manuel Castells hace un aporte valioso con *La sociedad red* (2002). Esta obra es una gran contribución a la conceptualización y comprensión de cómo la nueva tecnología y, en particular, el internet, impactan en el cambio y el desarrollo social. Castells sostiene que ha surgido una nueva organización socioeconómica y afirma:

> «Éste es un capitalismo a la vez muy antiguo y fundamentalmente nuevo. Antiguo porque atrae a la competencia sin tregua en persecución de ganancias, y nuevo porque las herramientas que lo movilizan son las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que constituyen las raíces de las nuevas fuentes de productividad, nuevas formas de organización, y la formación de una economía mundial».

El internet se ha convertido en un fenómeno social, cultural y económico que plantea un desafío a las formas de comunicación y a la organización general de la sociedad. Lo que queda sin resolver es el desequilibrio social y geográfico en el desarrollo de la sociedad en red. Castells destaca algunas de las consecuencias, tales como la individualización, la explotación de la fuerza laboral, la exclusión social y el subdesarrollo social. En otras palabras, la pobreza, la desigualdad, la miseria y la exclusión social también son consecuencias del ascenso de la sociedad en red.

También vemos el surgimiento de una nueva forma de lucha: el cuestionamiento de las consecuencias sociales de la nueva economía global y cómo las tecnologías de la información y la comunicación están al servicio de fines esencialmente comerciales. En este contexto, se desafía la euforia que envuelve al potencial visionario y democrático del desarrollo tecnológico, más concretamente durante las Cumbres Mundiales sobre la Sociedad de la Información (Ginebra y Túnez).

Una de las voces críticas que cuestionan la euforia respecto del desarrollo de una sociedad en red basada en la información y el conocimiento es la del teórico de los medios holandés Cees Hamelink. Escribe:

> «Existe una abundancia de pruebas empíricas que sustentan la importancia del intercambio de conocimiento e información. Sin embargo, debemos asegurar que todo el énfasis actual en la información y el conocimiento no eclipse el entendimiento de que en el corazón del desarrollo social está la comunicación en la forma de diálogo. Ya que es un arte complejo y difícil de dominar, la comunidad del desarrollo debe tomarlo como su reto más importante para el inicio del siglo XXI».

Eric Kluitenberg concuerda y sostiene que «el ámbito interconectado se debe ver principalmente como un espacio social, en el que las relaciones activas se buscan y despliegan».

Una pregunta clave es ¿hasta qué punto se pueden controlar los medios masivos globales y por parte de quién? Gran parte del debate en las Cumbres Mundiales sobre la Sociedad de la Información trató sobre preocupaciones respecto de la gobernanza de los medios globales y los principios y lineamientos establecidos por el régimen de la Organización Mundial del Comercio. Varios de los textos incluidos en el presente libro abordan la necesidad de un mecanismo normativo mundial y arguyen que no basta con elaborar normas a nivel nacional, dado el carácter transnacional de las redes en juego.

Seán Ó Siochrú delinea cuatro ámbitos de preocupación. En primer lugar, le preocupa el creciente fracaso de los medios en la esfera pública y señala el riesgo de que la esfera pública sea distorsionada o controlada por estrechos intereses comerciales. En segundo lugar, le preocupa la propagación de una sola concepción del mundo, la del «consumismo individualista», en la que todas las relaciones humanas son mediadas por el mercado. La tercera preocupación de Ó Siochrú es el acorralamiento del conocimiento y el tema de los derechos de autor y el dominio público. Su cuarta preocupación es la posible erosión de los derechos civiles en la comunicación electrónica y resalta el aumento en los niveles de vigilancia desde los ataques del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos. Sugiere que la sociedad civil va a necesitar una red de defensa transnacional para resolver estos problemas.

En la línea de Ó Siochrú, Alfonso Gumucio Dagron plantea cinco condiciones esenciales y no negociables de las tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo; entre ellas, la propiedad comunitaria y el desarrollo de contenido local para red. Gumucio afirma que ésta es la condición más importante, ya que puede convertir a la red en una herramienta de mayor relevancia para las comunidades.

Por último, digamos que muchas de las contribuciones que se incluyen en esta sección final del libro se centran en los obstáculos potenciales de la comunicación para la formación de sociedades verdaderamente democráticas. Varios de los autores sostienen que se necesitan principios más claros y estrategias mejores para asegurar que sociedades democráticas en las que todos tienen el derecho de comunicarse se vuelvan una realidad. Tal como escribe Hamelink, «el reconocimiento internacional del derecho de comunicarse es un paso fundamental hacia el desarrollo de "sociedades de comunicación" en las que el desarrollo social equivale al derecho de las personas a administrar y controlar sus propias vidas».

Esa es la doctrina fundamental de la comunicación para el cambio social.

Notas

1 Entendemos la comunicación para el cambio social como un proceso de diálogo público y privado a través del cual la propia gente define lo que es, lo que quiere y necesita, y cómo trabajará colectivamente para obtener aquello que contribuirá al mejoramiento de su vida. Se basa en principios de justicia, equidad, voz y participación, en la tolerancia y en el proceso de desatar aquellas voces que antes no eran escuchadas.

2 Gumucio Dagron, Alfonso (2001). *Haciendo olas, historias de comunicación participativa para el cambio social.* New York, Fundación Rockefeller. Este libro reúne cincuenta experiencias de comunicación participativa en Asia, África, América Latina y el Caribe.

3 Freire, Paulo (1969). *Extensão ou Comunicação?* Rio de Janeiro, Paz e Terra.

4 UNICEF luchó por obtener y, finalmente, logró concertar durante la década de 1980 un convenio internacional con los productores y distribuidores multinacionales de sustitutos de la leche para que dejaran de publicitar y distribuir muestras gratuitas de leche en polvo.

5 MacBride, Sean y otros (1980). *Un solo mundo, voces múltiples.* México, FCE.

6 Inglaterra regresó a la UNESCO en 1997 y Estados Unidos recién en el año 2003.

7 También denominados medios radicales (Downing 2001, 1984), medios ciudadanos (Rodríguez 2001) y medios horizontales (Gerace 1973), entre otros.

8 O'Connor, Alan (2004). *Community Radio in Bolivia. The Miners' Radio Stations.* Lewiston, New York, The Edwin Mellen Press.

9 Torrico Villanueva, Erick R. (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación.* Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.

10 Un par de aseveraciones del libro ilustran la actitud condescendiente de Lerner. Cuando el informante no encaja bien con el entrevistador (Lerner): «El contenido fue evasivo y poco de su discurso hizo contacto concreto con mi libreta" (Lerner 1958) –la libreta, el cuaderno negro donde el investigador apunta lo que le acomoda para defender su argumento–. Por el contrario, cuando encuentra información que ayuda a validar sus propios puntos de vista: «La luz finalmente brilló en una de las cabezas más sabias y dijo las palabras que yo buscaba». Naturalmente, «una vez que esto quedó claro, nuestros datos encajaron maravillosamente» y el autor puede forjar este tipo de oración: « [...] un hallazgo muy poderoso de nuestro estudio fue que los habitantes del Medio Oriente que se están modernizando se consideran más felices que aquellos que permanecen dentro de los estilos de vida tradicionales».

11 «Mis estudiantes en Colombia tuvieron una gran influencia en mi forma de pensar. Eran mayores que los típicos alumnos estadounidenses, sabían lo que querían, tenían puntos de vista, y no eran tímidos a la hora de expresarlos. Yo enseñaba un curso sobre métodos de investigación y, para mí, eso significaba principalmente métodos cuantitativos de investigación. Ellos cuestionaron si es que había más. Y, por supuesto, mi estadía en Colombia fue un curso acelerado sobre desarrollo a nivel local, porque Fals Borda tenía proyectos de investigación en una serie de comunidades en Colombia. Visitamos constantemente estas comunidades, realizando estudios, y publicando trabajos» en Singhal, Arvind y Obregón, Rafael (2004). "A Conversation with Everett Rogers" en *MAZI*, Nº 2. New Jersey, Communication for Social Change Consortium.

12 Fue Presidente del Brasil (1995-2002).

13 "Legado de peso", entrevista con Theotonio dos Santos sobre Celso Furtado, en *ISTOÉ*, Nº 1834, 1 de diciembre de 2004. São Paulo.

14 Pasquali, Antonio (1963). *Teoría de la Comunicación: las implicaciones sociológicas entre información y cultura de masas.* Caracas, Monte Ávila Editores.

15 En inglés en el texto original.

16 Cursó estudios de posgrado en comunicación en Estados Unidos y tuvo una relación estrecha con Everett Rogers durante la década de 1960.

17 Traducido por primera vez para la versión en inglés de esta Antología.

18 Argumentos similares han llevado en años recientes al director de *Le Monde Diplomatique*, Ignacio Ramonet, a proponer el desarrollo de un «quinto poder».

19 Directores del famoso documental de largometraje *La hora de los hornos.*

20 Léase "tradicionales" o "populares".

21 Esta discusión fue llevada más lejos en la década de 1990 por autores como Néstor García Canclini, Armand Mattelart, Héctor Schmucler y Rosa María Alfaro, entre otros, quienes se explayaron sobre al papel de la cultura y la comunicación en el desarrollo.

22 «No existe la ignorancia absoluta ni la sabiduría absoluta», escribe Freire (1969) en su seminal *Extensão ou Comunicação?*

23 Hannerz, Ulf (1996). *Transnational Connections.* London, New York, Routledge.

24 Pieterse, Jan Nederveen (2001). *Development Theory: Deconstructions/Reconstructions. London, SAGE.*

1975 1976

UNO

La radio como aparato de comunicación

Bertolt Brecht

En nuestra sociedad podemos inventar y perfeccionar descubrimientos, pero estos tienen que conquistar su mercado y justificar su existencia cuando se trata de descubrimientos que nadie pidió. Fue así que hubo un momento en que la tecnología avanzó lo suficientemente como para producir la radio, pero la sociedad todavía no estaba lista para aceptarla. La radio, entonces, se encontró, en su primera etapa, como sustituto: un sustituto del teatro, la ópera, los conciertos, las conferencias, la música de café, los periódicos locales, etc. Ese fue el periodo de la juventud de alción de la paciente. No estoy seguro de si ya ha terminado, pero si es así, esta joven que no necesitó un certificado de competencia para nacer, tendrá que empezar a buscar retrospectivamente el sentido de su vida, así como un hombre empieza a cierta edad, cuando pierde su primera inocencia, a preguntarse qué se supone que debe estar haciendo en el mundo.

En cuanto al sentido de la radio, no creo que pueda consistir simplemente en embellecer la vida pública. En mi opinión, la radio tampoco es un medio adecuado para recuperar el calor del hogar y hacer que la vida familiar se vuelva soportable de nuevo. Pero, independientemente de la turbiedad de sus funciones, lo que sucede es que la radio es unilateral, cuando debería ser bilateral. No es más que un aparato de distribución, de mera repartición. Así que aquí va una sugerencia positiva: cambien la función de este aparato de una de distribuir a una de comunicar. La radio sería el mejor aparato de comunicación posible en la vida pública, una vasta red de conductos. Es decir, lo sería si supiera no sólo recibir sino también transmitir, dejar que el escucha hable además de escuchar, llevarlo a formar parte de una relación en lugar de aislarlo. Sobre la base de este principio, la radio debe salir del negocio de proveer y organizar a sus escuchas como proveedores. Todo intento de la radio por dar un carácter verdaderamente público a las ocasiones públicas es un paso en la dirección correcta.

Cualquiera que sea el camino que tome la radio, debe luchar por combatir la ausencia de consecuencias que vuelve vanas a casi todas nuestras instituciones públicas. Tenemos una literatura sin consecuencias, que no sólo no conduce a ningún lado, sino que también hace todo lo posible por neutralizar a sus lectores al representar a cada objeto y cada situación despojados de las consecuencias a las que conducen. Tenemos establecimientos educativos sin consecuencias, que trabajan frenéticamente por impartir una educación que no conduce a ningún lado y que no viene de ningún lado.

El más leve avance en esta dirección está destinado a tener un éxito más espectacular que cualquier obra de arte culinario. En cuanto a la técnica que se necesita desarrollar para todo este tipo de operaciones, debe tener como objetivo primordial convertir a la audiencia no solo en alumnos sino también en maestros. La radio tiene la tarea formal de dar un giro interesante a estas operaciones educativas; es decir, de asegurar que interesen a la gente. Un intento así, de darle forma artística a la instrucción que imparte la radio, la vincularía con los esfuerzos que los artistas modernos hacen para darle un carácter instructivo al arte. Como ejemplo o modelo de los ejercicios posibles en este sentido, permítanme repetir la explicación de *Der Flug der Lindberghs* que di en el festival de música de Baden-Baden en 1929.

[Brecht repite aquí el segundo, tercero y quinto párrafos de *Un ejemplo de pedagogía*]

> Acatando el principio de que el Estado debe ser rico y el hombre debe ser pobre, de que el Estado tiene la obligación de asumir muchas responsabilidades y de que al hombre se le permitirá tener pocas posibilidades, en lo que respecta a la música el Estado debe proporcionar todos los aparatos especiales y habilidades especiales que se necesiten; el individuo, sin embargo, debe proporcionar un ejercicio. Los sentimientos divagantes que despierta la música, los pensamientos especiales que se entretienen al escuchar la música, el agotamiento físico que surge fácilmente con sólo escuchar la música, son todas distracciones que apartan de la música. Para evitar estas distracciones, el individuo debe compartir la música, con lo cual obedecerá al principio de que hacer es mejor que sentir, al seguir la música con los ojos tal como está escrita y contribuir en las partes y momentos que le están reservados, cantándolos por sí solo o conjuntamente con otros (ejercicio en clase).

Der Flug der Lindberghs no tiene el propósito de ser útil para la radio actual, sino el de cambiarla. La creciente concentración en los medios mecánicos y la capacitación cada vez más especializada –tendencias que se deberían acelerar– exigen una suerte de resistencia del escucha y una movilización y replanteamiento del escucha como productor. Este ejercicio promueve la disciplina, que es la base de la libertad. El individuo toma espontáneamente lo que es un medio para el placer, pero no lo que es un objeto de instrucción que no le ofrece ni ganancias ni ventajas sociales. Ejercicios como ése sólo sirven al individuo en la medida en que sirven al Estado, y sólo sirven a un Estado que desea servir a todos los hombres por igual. Por lo tanto, *Der Flug der Lindberghs* no tiene ningún valor estético ni revolucionario fuera de su aplicación, y sólo el Estado puede organizar algo así. Si se aplica debidamente, sin embargo, sería tan "revolucionario" que el Estado actual no tendría ningún interés en patrocinar ese tipo de ejercicio.

Esto es una innovación, una sugerencia que parece utópica y que yo mismo admito que es utópica. Cuando digo que la radio o el teatro "podrían" hacer esto o aquello, soy consciente de que estas vastas instituciones no pueden hacer todo lo que "podrían" y ni siquiera todo lo que querrían.

Pero no nos corresponde en absoluto renovar por medio de innovaciones las instituciones ideológicas basándonos en el orden social imperante. Más bien, nuestras innovaciones deben obligarlas a renunciar a esa base del orden social. De modo que: ¡A favor de la innovación, en contra de la renovación!

Publicado como "Der Rundfunk als Kommunikationsapparat" en *Bjitter des Hessischen Landestheaters Darmstadt*, Nº 16, julio de 1932.

Un modelo del proceso de comunicación

David Berlo

Cada situación en la comunicación difiere, en algunos puntos, de cualquier otra similar. Podemos, sin embargo, tratar de separar ciertos elementos que todos estos estados tienen en común. Son dichos elementos y sus interrelaciones los que tomamos en cuenta cuando tratamos de construir un modelo de la comunicación.

Hemos agregado la palabra "proceso" a nuestra exposición sobre la comunicación. El concepto de proceso es complejo en sí. Si empezamos a discutir el concepto de un modelo del proceso de comunicación sin ponernos de acuerdo sobre el significado de la palabra "proceso", este concepto podría llevarnos a puntos de vista deformados sobre el tema.

El concepto de proceso

El diccionario define "proceso" como «cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo», o también como «cualquier operación o tratamiento continuos». Quinientos años antes de Cristo, Heráclito señaló la importancia del concepto de proceso cuando afirmó que un hombre no puede bañarse dos veces en el mismo río, pues de una a otra vez han cambiado tanto el uno como el otro. Thomas Wolfe, en su novela *No puedes volver a casa* (1940), hace la misma observación.

Si aceptamos este concepto de proceso, consideraremos los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un constante devenir, eternamente cambiantes y continuos. Si definimos algo como proceso, también estamos significando que este algo carece de principio, de fin o de una secuela fija de acontecimientos; que no es estático, no descansa; que se halla en movimiento. Los componentes de un proceso "interaccionan", es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás.

El concepto de proceso forma parte inextricable del punto de vista actual de la ciencia y la realidad física. De hecho, el desarrollo dentro de las ciencias físicas del concepto de proceso se tradujo en una de las revoluciones de este siglo. Si analizamos el trabajo de los físicos incluyendo a Newton, no encontramos una definición comprensiva de proceso. Se creía entonces que el mundo se dividía en "cosas" y "procesos". Y también que las cosas *existían*, que eran entidades estáticas cuya existencia era independiente de la existencia o del funcionamiento de otras "cosas".

La crisis y la revolución que se produjeron en la filosofía científica gracias a los trabajos de Einstein, Russell, Whitehead y otros negaron estas convicciones en dos aspectos. En primer lugar, el concepto de la relatividad sugirió que cualquier objeto o acontecimiento sólo podía analizarse o describirse a la luz de otros acontecimientos relacionados con él o a la de otras operaciones relativas a su observación. En segundo término, el hecho de disponer de técnicas de observación más poderosas hizo que fuera posible demostrar que algo tan estático o estable como una mesa o una silla podía ser considerado como fenómeno en proceso de constante alteración, que actúa sobre todos los demás objetos del medio circundante y es pasible de recibir su influencia, sufriendo también modificaciones y cambios, como la persona que observa este proceso. La división tradicional existente entre las cosas fue puesta en duda y se desechó la acostumbrada distinción entre las cosas y los procesos. Se hizo necesario un nuevo enfoque de la contemplación del mundo: una cosmovisión de la realidad como un proceso.

La teoría de la comunicación refleja un concepto del proceso. Un teórico de la comunicación rechaza la posibilidad de que la naturaleza esté constituida por acontecimientos o componentes que puedan ser separados de todo otro hecho o componente. Sostiene que no es posible hablar ni del principio ni del fin de la comunicación, o decir que una idea determinada proviene de una fuente específica, que la comunicación se produce de una sola manera.

La base que constituye el concepto del proceso es la idea de que la estructura de la realidad física no puede ser *descubierta* por el hombre, de que debe ser *creada* por éste. Al "construir" la realidad el teórico elige la forma en que habrá de organizar sus percepciones. Es libre de decir que podemos llamar "elementos" o "ingredientes" o "componentes" a ciertas cosas. Al hacer esto, comprende que no ha descubierto nada, sino que ha creado un conjunto de herramientas que pueden resultar útiles o no para analizar o describir el mundo. Reconoce que existen ciertas cosas que pueden preceder a otras, pero que en muchos casos el orden de precedencia habrá de variar de una situación a otra. Esto no quiere decir que no podamos poner un orden en el desarrollo de los acontecimientos. La dinámica del proceso tiene limitaciones, pero a pesar de ello hay más de una dinámica susceptible de ser desarrollada en casi todas las combinaciones de acontecimientos.

La expresión del proceso

Cuanto tratamos de hablar o de escribir sobre un proceso, como puede ser el de la comunicación, tenemos que enfrentar por lo menos dos problemas. En primer lugar, hemos de detener la dinámica del proceso, así como detenemos el movimiento para tomar una fotografía. Podemos sacar observaciones muy útiles de las fotografías, pero cometeremos un error si olvidamos que la cámara no reproduce en forma completa los objetos fotografiados. Las interrelaciones entre los elementos son obliteradas; la fluidez del movimiento, las dinámicas se ven interrumpidas. La fotografía es una representación del hecho, no es el hecho en sí. Como lo expresa Hayakawa, la palabra no es la cosa, no es más que un mapa que podemos utilizar para guiarnos en la exploración de los territorios del mundo.

El segundo problema existente para describir un proceso deriva de la necesidad de tener que hacer uso del lenguaje. Éste, en la forma en que ha sido usado por la gente a través del tiempo, constituye un proceso. Él también es cambiante y está sujeto al devenir, pero a pesar de ello la cualidad de proceso del lenguaje se pierde cuando se convierte en letra escrita. Los signos de la escritura son, sobre el papel, una forma de registrar el lenguaje, una imagen de éste. Son fijos, permanentes y estáticos. Aun el lenguaje hablado, si solo abarca un corto periodo de tiempo, resulta relativamente estático.

Al hacer uso del lenguaje para describir un proceso nos vemos obligados a elegir determinadas palabras y tenemos que "congelar" en cierta forma el mundo físico. Además, nos vemos obligados a dar prioridad en la oración a algunas palabras en relación con otras. Los idiomas occidentales se escriben de izquierda a derecha, de arriba abajo. Todos los idiomas se escriben de adelante a atrás, desde el principio hasta el fin, a pesar de que sabemos que el proceso que estamos describiendo puede no tener ni izquierda ni derecha, ni extremo superior ni inferior, ni principio ni fin.

No nos queda alternativa si tenemos que analizar y comunicar acerca de un proceso. Lo importante es que debemos tener en cuenta que nuestra discusión no lo abarca todo. No hay razón para que las cosas que comentamos existan exactamente en la misma forma en que las expresamos. Y, por cierto, no tienen tampoco por qué funcionar en el mismo orden en que se han descrito. Los objetos que separamos pueden no ser siempre separables, y nunca operan

en forma independiente: cada uno afecta a los demás e interactúa con ellos.

Esto puede parecer obvio, pero es fácil pasar por alto u olvidar las limitaciones que se presentan inevitablemente en cualquier discusión sobre un proceso.

Para ilustrar el punto en cuestión, tomemos un ejemplo que sea ajeno al problema de la comunicación. La educación es un proceso. Al discutirla podemos listar ciertos ingredientes, como estudiantes, maestros, libros, aulas, conferencias, bibliotecas, debates, meditación, pensamientos, etcétera. Es posible ordenar estos ingredientes, decir que en la educación un maestro dicta clase a los estudiantes (tres veces a la semana durante 50 minutos por el término de *x* años). Y podemos decir que un estudiante lee libros (6,119, cualquier cantidad de ellos). Puede añadirse que la biblioteca tiene 100.000, 1.000.000 o 6.000.000 de volúmenes. Y también podemos decir que los estudiantes habrán de participar en *x* sesiones de debates; que habrán de utilizar *y* horas para la meditación, y que habrán de preparar *z* disertaciones o exámenes.

Al reunir tales ingredientes, si estos han sido utilizados y se ha podido disponer de ellos en forma adecuada, cabe decir que el estudiante recibió "una educación". Esto *podemos* decirlo, pero si lo hacemos es porque olvidamos el concepto de proceso y la dinámica de la educación. Como todo buen cocinero sabe, es el proceso de la mezcla lo que le hará lograr una buena torta: los ingredientes son necesarios pero no suficientes.

Para ilustrar el concepto de proceso en el campo de la comunicación tomemos, por ejemplo, el teatro. ¿Qué es el teatro? Una vez más podemos enumerar los componentes: una obra, su representación, los directores, los actores, los tramoyistas, el público, el escenario, la iluminación y la sala de espectáculos. Al juntarlos, ¿tendremos por resultado el teatro? Decididamente, no. De nuevo la amalgama, las interrelaciones dinámicas que actúan sobre los componentes del proceso determinan si hemos logrado lo que podría llamarse "teatro".

Comprensión de la dinámica

Hay que tener presente que es vital la dinámica de movimiento que relaciona los elementos entre sí. El concepto de dinámica también implica que los factores que puedan haber sido pasados por alto en cada una de las listas componentes contribuyen, asimismo, a determinar el resultado.

La dinámica del teatro está relacionada, en parte, con el hecho de que el público asistente a una función haya comido o no y de que, de haber comido, lo hiciera en forma liviana o pesada y disfrutara de esa comida o no. La dinámica de la educación está determinada, en parte, por el hecho de que el estudiante se halle aún bajo los efectos de una experiencia educativa anterior o de que se encuentre descansado y con la mente despierta. Depende también de que asista a un curso elegido por él o a un curso obligatorio, de que los comentarios de los compañeros lo estimulen o de que sólo disponga de sus propios pensamientos, etcétera.

Gran parte de la investigación científica sobre comunicación trata de aislar, por una parte, los factores que alteran el desarrollo del proceso y, por la otra, aquellos que no tienen influencia sobre éste. Es obvio que no se ha podido determinar la totalidad de los elementos y que hay además, de hecho, considerables bases como para poder dudar de que éstos puedan ser determinados alguna vez.

En todo caso, es necesario no dejar de recordar que nuestra discusión del proceso es incompleta, que el orden utilizado es forzado y que probablemente la perspectiva será deformada. La discusión es útil, pues puede llevar a un mayor *insight* del proceso. Pero no proporciona una imagen completa, no puede nunca llegar a reproducir el proceso en sí. No es posible listar todos los componentes ni describir en forma adecuada cómo influyen unos en otros. Tan solo podemos proporcionar algunas sugerencias e insinuar ciertas indicaciones respecto de estos componentes y de la dinámica del proceso.

Hubo enfoques que analizaron la comunicación que no se orientaron hacia el proceso. Estos enfoques pueden ser rotulados como conceptos "aguja hipodérmica" respecto de la forma en que actúa la comunicación, o también como puntos de vista "click-click", o "empuje-y-tire". Estas descripciones de la comunicación se limitan a decir que primero el comunicador hace *A*, luego *B* y después ocurre *C*, etcétera.

El "efecto aguja"

Una gran parte de las primeras discusiones sobre los efectos producidos por los medios de comunicación en masa eran del tipo "aguja hipodérmica". Tanto los críticos como los defensores de los medios impresos y electrónicos (radio, TV) describieron la forma en que estos medios influirían en el público estadounidense. Su concepto de los efectos que se producirían daba por supuesto que un programa de radiodifusión o de televisión podría ser considerado como una aguja hipodérmica: simplemente con inyectar estos mensajes en las mentes del público se producirían la enseñanza, el entretenimiento o una mayor participación en los asuntos públicos. Las investigaciones llevadas a cabo sobre los efectos de la comunicación de masas indican otra cosa: que estas fuentes de comunicación resulten o no efectivas depende de un complejo de factores, algunos de los cuales pueden ser controlados por estos medios y otros no.

Casi toda la controversia sobre los efectos de las "tiras cómicas" en los niños, y de los filmes, de la publicidad o de las campañas políticas en el público, corresponde a este tipo de variedad. Es muy común que los críticos y los comentaristas pasen por alto el efecto que causan los niños sobre los dibujos animados, el que produce el público sobre los filmes, etcétera. Es muy cierto que los periódicos influyen en la opinión pública pero hay un punto de vista que considera el "proceso", que sostiene que es igualmente cierto que la opinión pública ejerce influencia sobre los diarios.

Si tenemos el concepto de proceso bien definido en nuestra mente, podemos sacar provecho de un análisis de los componentes de la comunicación, elementos que parecen necesarios (si no suficientes) para que ésta se produzca. Debemos prestar atención a elementos tales como: ¿*Quién, por qué y con quién* se está comunicando? Queremos considerar las distintas formas de conducta en la comunicación: los *mensajes* que reproducen y *qué* es lo que la gente está tratando de comunicar. Deseamos observar el estilo, cómo la gente trata sus mensajes. Debemos examinar los medios de comunicación, es decir los *canales* que utiliza la gente para hacer llegar sus mensajes a sus auditores, a sus lectores. En resumen, queremos listar los elementos del proceso de comunicación que hemos de tomar en cuenta cuando a) iniciamos la comunicación, b) respondemos a ésta, o c) servimos como observadores o analistas de ella.

Los componentes de la comunicación

El interés por la comunicación ha producido muchos intentos tendientes a desarrollar modelos del proceso: descripciones, listas de ingredientes. Por supuesto que estos modelos difieren. Ninguno de ellos puede calificarse de "exacto" o "verdadero". Algunos serán de mayor utilidad o corresponderán más que otros al estado actual de los conocimientos acerca de la comunicación.

En su *Retórica*, Aristóteles dijo que tenemos que considerar tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio. Quiso decir con ello que cada uno de estos elementos es necesario para la comunicación y que podemos organizar nuestro

estudio del proceso de acuerdo con tres variables: 1) la persona que habla, 2) el discurso que pronuncia, y 3) la persona que escucha (Roberts 1946).

La mayoría de nuestros modelos corrientes de comunicación son similares al de Aristóteles, aun cuando en cierta forma más complejos. Uno de los modelos contemporáneos más utilizados fue desarrollado por el matemático Claude Shannon en 1947 y puesto al alcance de todo el público por Warren Weaver. Shannon y Weaver (1949) ni siquiera se referían a la comunicación humana; hablaban de comunicación electrónica. En realidad, Shannon trabajaba para el Laboratorio Telefónico Bell. Sin embargo, hubo científicos de la conducta que descubrieron que el modelo de Shannon-Weaver resultaba útil para describir la comunicación humana.

El modelo de Shannon-Weaver es ciertamente compatible con la teoría de Aristóteles. Shannon y Weaver dijeron que los componentes de la comunicación incluyen: 1) una fuente, 2) un transmisor, 3) una señal, 4) un receptor y 5) un destino. Si tenemos el modelo aristotélico, más dos elementos agregados: el transmisor que envía el mensaje original y el receptor que lo capta para hacerlo llegar al destinatario.

Existen otros modelos del proceso de comunicación, desarrollados por Schramm (1954), Westley y MacLean (1957), Fearing (1953), Johnson (1953) y otros. Comparándolos encontraremos que ofrecen grandes similitudes. Las diferencias que existen son, en parte, relativas a la terminología; en parte, a la adición o sustracción de uno o dos elementos y, por último, se deben a los distintos puntos de vista de las disciplinas de las cuales han surgido.

Al desarrollar el modelo que he presentado aquí, he tratado de armonizarlo con las teorías y las investigaciones corrientes de las ciencias de la conducta. Este modelo se ha modificado muchas veces durante los últimos años, por haber sido utilizado con los estudiantes en el aula, con los adultos en los cursos de extensión, y en establecimientos fabriles y grupos de estudio en la industria, la agricultura y el gobierno. Es un modelo similar a todos los demás de su especie y tan solo se lo presenta aquí porque la gente encuentra en él un esquema útil para hablar acerca de la comunicación en muchas y distintas situaciones de comunicación.

Un modelo de comunicación

Podemos decir que toda comunicación humana tiene alguna *fuente*, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la *fuente*, con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente. El propósito de la *fuente* tiene que ser expresado en forma de *mensaje*. En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos.

¿Cómo llegan a traducirse en código, en lenguaje, los propósitos de la fuente? Este proceso requiere de un tercer componente, un *encodificador*. El encodificador es el encargado de tomar las ideas de la *fuente* y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de la fuente en forma de mensaje. En la comunicación de persona a persona la función de encodificar es efectuada por medio de la capacidad motora de la *fuente*: mecanismos vocales (que producen la palabra hablada, los gritos, las notas musicales, etcétera); los sistemas musculares de las demás partes del cuerpo (que originan los gestos del rostro y ademanes de los brazos, las posturas, etcétera).

Cuando se trata de situaciones de comunicación más complejas, separamos a menudo la *fuente* del *encodificador*. Por ejemplo, podemos considerar a un gerente de ventas como la *fuente* y a los vendedores como sus encodificadores, es decir, que estos últimos son gente que en forma de mensajes traduce para el consumidor la intención o los propósitos del gerente.

Por el momento, en lo que se refiere a nuestro modelo nos atendremos a la menor complejidad. Tomaremos, pues, solamente la fuente de comunicación con su objetivo y un encodificador que traduzca o exprese ese objetivo en forma de mensaje. Entonces estaremos preparados para introducir un cuarto elemento: el *canal*.

Podemos considerar los canales en distintas formas. La teoría de la comunicación ofrece, por lo menos, tres significados para la palabra "canal". Por el momento, baste con decir que un canal es un medio, un portador de mensajes, o sea un conducto. Es exacto decir que los mensajes solo pueden existir en *algunos* canales. Pero a pesar de esto la *elección* de canales es, a menudo, un factor importante para la efectividad de la comunicación.

Hemos introducido, en cuanto a la comunicación, una *fuente*, un *encodificador*, un *mensaje* y un *canal*. Si nos detenemos aquí, ninguna comunicación se habrá producido. Para que ésta ocurra ha de haber alguien en el otro extremo del canal. Si tenemos un objetivo, encodificamos un mensaje y lo ponemos en uno u otro canal, habremos efectuado tan solo una parte de la tarea. Cuando hablamos, se hace necesario que alguien escuche; cuando escribimos, alguien tiene que leernos. La persona o las personas situadas en el otro extremo del canal pueden ser llamadas el *receptor* de la comunicación, el blanco de ésta.

Las fuentes y los receptores de la comunicación deben ser sistemas similares. Si no lo son, la comunicación es imposible. Cabe dar un paso más y decir que la fuente y el receptor pueden ser (y a menudo lo son) la misma persona; la fuente puede comunicarse consigo misma (el individuo escucha lo que está diciendo, lee lo que escribe, piensa). En términos psicológicos, la fuente trata de producir un estímulo. Si la comunicación tiene lugar, el receptor responde a ese estímulo; si no responde, la comunicación no ha ocurrido.

Nos falta ahora tan solo uno de los componentes básicos de la comunicación. Así como la fuente necesita un encodificador para traducir sus propósitos en mensajes, para expresar el propósito en un código, al receptor le hace falta un *decodificador* para retraducir, decodificar el mensaje y darle la forma que sea utilizable por el receptor. Hemos dicho que en la comunicación de persona a persona el encodificador podría ser el conjunto de facultades motoras de la fuente. Por esa misma razón podemos considerar al decodificador de códigos como el conjunto de facultades sensoriales del receptor. En las situaciones de comunicación de una o dos personas, los sentidos pueden ser considerados como el descifrador de códigos.

Estos son, pues, los componentes que habremos de incluir en nuestra discusión de un modelo de proceso en la comunicación:

1. La fuente de la comunicación.
2. El encodificador.
3. El mensaje.
4. El canal.
5. El decodificador.
6. El receptor de la comunicación.

Hemos de mencionar también muchos otros factores; pero nuestra intención es volver a estos seis componentes, una y otra vez, al hablar de la comunicación en sus distintos niveles de complejidad.

Las partes del modelo

¿Qué queremos decir cuando hablamos de fuente, de encodificador, etcétera? Nuestra exposición preliminar nos proporcionó los principios de un significado para cada uno de estos términos, pero tan solo los principios. Llegados aquí, una definición exacta de cada término puede ser menos útil que una serie de ejemplos que incluyan a todos los componentes.

Tenemos, para empezar, una situación de comunicación común: dos personas que han entablado una conversación. Supongamos que se trate de un viernes por la mañana. Hallamos a Joe y a Mary en el

café del barrio. Un *picnic* ha sido planeado para el domingo por la tarde. De pronto, Joe se da cuenta de que Mary *es* la muchacha que él debe llevar al *picnic*. Decide entonces concertar con ella una cita para el domingo por la tarde. Joe se encuentra ahora preparado para actuar como fuente de la comunicación: tiene un propósito, que Mary consienta en acompañarlo el domingo. (Puede ser que Joe tenga otros propósitos, pero no son de nuestra incumbencia).

Joe desea emitir un mensaje. Su sistema nervioso central ordena a su mecanismo del habla que exprese su propósito. Este mecanismo, haciendo de encodificador, emite el mensaje siguiente: "Mary, ¿quieres ir conmigo al *picnic* del domingo?".

El mensaje es trasmitido por las ondas sonoras a través del aire, de manera que Mary pueda recibirlo. Este es el canal. El mecanismo auditivo de Mary actúa como decodificador del mensaje. Oye el mensaje de Joe, lo descifra volcándolo a un impulso nervioso y lo envía así a su sistema nervioso central. Este sistema responde al mensaje y decide que el viernes ya es demasiado tarde para solicitar una cita para el domingo. Mary trata de no aceptar la cita y envía una orden a su mecanismo del habla. El mensaje es emitido: "Gracias, Joe, pero no puedo, te lo agradezco", o algo parecido.

Es ésta una forma muy elemental y simplificada de tratar la naturaleza del proceso de la comunicación, pero tiene la ventaja de incluir, por lo menos en forma superficial, los seis componentes mencionados anteriormente. Tratemos de utilizar otro ejemplo.

Este proceso y otros parecidos

Consideremos la situación de comunicación en la cual está usted comprometido: la lectura de este texto. En esta situación de comunicación, yo hice las veces de fuente. Yo tenía un propósito al escribir este manuscrito, este mensaje. Mis mecanismos para escribir hicieron de encodificador (claro está que las máquinas de escribir, las mecanógrafas y las prensas impresoras también sirvieron de encodificadores). El mensaje incluye las palabras de esta página y la forma en que están dispuestas, es trasmitido por un libro, por medio de ondas luminosas. Su ojo es el decodificador; recibe el mensaje, lo decodifica, lo retraduce en un impulso nervioso y lo envía finalmente a su sistema nervioso central, el receptor. A medida que lea, usted irá dando respuestas al libro.

Tomemos otro ejemplo y examinémoslo de más cerca. Supongamos que Bill y John estén sentados a la mesa, cenando. Bill tiene un problema. Va a comerse un sándwich. La sal se encuentra en el otro extremo de la mesa, donde se halla sentado John. Bill quiere la sal. ¿Qué es lo que hace? Podría alcanzarla él mismo desde el extremo de la mesa en que está sentado. Sin embargo, esto no solo sería una inconveniencia sino que también significaría un trabajo. Lo más probable es que Bill pida a John que le alcance la sal. Éste, que es una persona simpática, se la entrega, y Bill echa la sal a su sándwich. Todo está bien.

Una vez más, ¿qué es lo que ha ocurrido, expresado en los términos de nuestro modelo de comunicación? El sistema nervioso central de Bill hizo de fuente de ésta. Experimentaba una necesidad: *sal en su sándwich*. Tenía una intención, un propósito: hacer que John le alcanzara la sal. Bill delegó este propósito, como impulso nervioso, a su encodificador, su mecanismo del habla. Su encodificador tradujo y expresó su propósito en forma de código y emitió un mensaje: "Alcánzame la sal, por favor".

Bill trasmitió este mensaje por vía de las ondas sonoras, a través del aire, de manera que John pudiera recibirlo. El mecanismo auditivo de éste captó el mensaje, lo decodificó y lo hizo llegar a su sistema nervioso central. John, que comprendió el mensaje, responde a él y sirve la sal a Bill. Misión cumplida.

Esto es comunicación. Pero los ejemplos dados son elementales, y aun así podemos ver que la comunicación en tales casos es bastante compleja. El proceso que acabamos de describir se produce tan solo en una pequeñísima fracción del tiempo que utilizamos para describirlo, teniendo en cuenta que simplificamos en grado máximo nuestra descripción. ¿Qué cosas, entre otras, podían haber funcionado mal?

Cuando la cosa se complica

Supongamos que Bill no hubiese sabido exactamente cuál era su propósito. Sabía que necesitaba algo para su sándwich, pero no en qué consistía. ¿De qué modo podía enviar las instrucciones a su encodificador para trasmitir su mensaje?

Imaginemos que a Bill no le gustara John, o que pensase que éste era inferior a él. Esa información hubiera podido llegarle a su encodificador y el mensaje habría resultado algo parecido a esto: "¡Eh, tú, pásame la sal, ahora!". John pudo haberle dado la sal o contestar: "¡Alcánzatela tú mismo!".

Supongamos que Bill hubiera sido un nuevo empleado en la compañía y que John fuese el vicepresidente. Bill podría haber sentido que no debía iniciar comunicación alguna con John y, por lo tanto, comer su sándwich sin sal.

Imaginemos ahora que los hilos se entrecrucen entre el sistema nervioso de Bill y su encodificador, y que emita un mensaje confuso, como, por ejemplo: "Pásame la palta". Hagámonos cuenta de que su encodificador es deficiente y sustituye una "p" por una "s", entonces el mensaje sería: "Sásame la salta". En un caso así, pueden ocurrir dos cosas: o bien John le da a Bill algo que éste no desea, o bien no le da cosa alguna.

Pensemos en otra posibilidad: el bar está lleno de gente y de ruido. John no oye a Bill porque el canal de comunicación se halla recargado. Resultado: John no contesta y Bill jamás vuelve a comer con él. Finalmente, supongamos que John y Bill procedan de culturas diferentes. En la cultura de origen de John no se le pone sal a la carne, y hasta podría desaprobarse a la persona que lo hiciera. En consecuencia: podría no entender a Bill o no pensar tan bien de él.

Estos son solamente unos pocos ejemplos de las cosas que pueden no ir bien, aun en una simple situación de comunicación en que no intervienen más que dos personas. Tal vez al lector le gustara volver al ejemplo de Joe que pide a Mary una cita o al suyo mismo leyendo este manuscrito. ¿Cuáles son las cosas que pueden haber ocurrido en una u otra etapa del proceso, para hacer que esas dos comunicaciones fueran interrumpidas?

Nuestros ejemplos se limitaron a situaciones de comunicación relativamente simples. Pero el modelo resulta igualmente útil para describir la conducta de la comunicación de una organización más compleja. En este caso, las funciones encodificadoras y decodificadoras son a menudo separables de las de la fuente y las del receptor. Correspondientemente, ciertas personas de la organización ocupan ambos roles: el de emisor y el de receptor.

Tomemos, por ejemplo, el diario de una gran ciudad. El funcionamiento del diario implica una compleja trama de comunicación. El periódico emplea gente cuyo principal trabajo es decodificar; los reporteros, pongamos por caso, observan uno o varios distintos tipos de hechos que se producen en el mundo y los delegan al "sistema nervioso central" del diario, el "escritorio", la "tablilla" o la oficina de redacción.

Al ser recibidos estos mensajes, el cuerpo de redactores toma ciertas decisiones. Como resultado de éstas, la dirección imparte órdenes de publicar o no, en el diario, el mensaje dado. Una vez más, la función encodificadora se torna especializada. El periódico utiliza copistas, correctores, linotipistas, maquinistas y vendedores callejeros. Todos ellos son responsables de una u otra de las partes de las funciones encodificadoras y canalizadoras; de sacar el mensaje de la oficina de redacción, llevarlo a las

páginas del diario, y de allí a un grupo distinto de receptores, el público lector.

El modelo de comunicación puede ser utilizado para describir la conducta personal de cualquiera de los miembros que componen el cuerpo de redactores del diario. Al mismo tiempo, puede ser aplicado a un distinto nivel de análisis y usado para describir el funcionamiento de la organización como red de comunicación.

Dentro del diario tienen lugar elaboradas subdivisiones de responsabilidad en la comunicación. Algunas personas solo descifran el código de cierto tipo de mensajes: actividad policial, sociales, deportes, etcétera. Otras tienen asignado un ritmo más general. Algunas no proporcionan información al diario y son tan solo responsables de encodificar mensajes y hacer que esa información se retransmita. Asimismo, hay otros que ni decodifican ni encodifican (considerando el nivel de análisis de la trama), pero que son responsables de las conductas del receptor-fuente. En otras palabras, son ellos los que toman las decisiones respecto de los mensajes que reciben y los que dan órdenes sobre aquellos que habrán de ser emitidos al exterior.

El periódico es un ejemplo de una red de comunicación. Otros podrían incluir las conductas de cualquier organización de información, las operaciones del Departamento de Estado y la estructura de una extensa organización industrial. El análisis de la comunicación puede efectuarse en instituciones dedicadas a la comunicación o en una persona determinada. El modelo es igualmente aplicable a ambos. Representa un punto de vista, una forma de considerar la conducta, ya sea ésta individual o institucional.

Implicaciones para debatir

Los ejemplos que fueron dados tienen varias implicaciones para ulteriores discusiones. Una de ellas es la naturaleza variable de los propósitos de la comunicación. En una gran medida, el periódico moderno no es una fuente "original" de comunicación. Se especializa en interpretar la información recibida de un grupo de fuentes, y en trasmitirla, interpretada, a otro grupo de receptores. Actúa como intermediario en la comunicación.

Al mismo tiempo, a través de la página editorial, el diario origina mensajes, trasmite información "original" a su público lector; crea e interpreta. Uno de los cánones del periodismo responsable exige que el diario mantenga separadas estas dos funciones. Que evite producir material cuando pretende estar interpretando otro recibido desde fuera de su propio sistema.

Hay otros ejemplos de la distinción emisor-intérprete. La Bolsa de Cambios de Nueva York es una buena ilustración de ello. La operación del mercado puede ser analizada como una intrincada red de comunicación en la cual las conductas permitidas a las personas que desempeñan varios roles están explícitamente definidas y rigurosamente reforzadas. Algunos corredores de bolsa son, ante todo, encodificadores. Trasmiten las intenciones de la oficina principal o de aquellos clientes que viven retirados de la bolsa. Otros corredores son ambas cosas: encodificadores y decodificadores. Trasmiten los propósitos de sus empleadores y decodifican mensajes de otros sobre el estado del mercado, sobre el precio de un *stock* en particular. Envían estos mensajes a su oficina, donde se toma una decisión. A otros les es permitido tomar por sí mismos las decisiones. Pueden vender o comprar por propia iniciativa, para sus firmas o para sus bienes personales.

La segunda implicación de los ejemplos que hemos dado se refiere a la horma en que deberíamos interpretar los conceptos de fuente o emisor, encodificador, decodificador y receptor. Estos no habrán de ser considerados como cosas separadas, entidades o gente. Son los nombres de las conductas que deben tener lugar para que se produzca la comunicación. Más de una persona puede hallarse implicada en la misma forma de conducta (múltiples fuentes, encodificadores, etcétera). Por otra parte, una sola persona es capaz de más de un conjunto de conductas. La misma persona puede ser ambas cosas: fuente y receptor, y esto también de manera simultánea. La misma persona puede —y generalmente lo hace— encodificar y decodificar mensajes. Esto ilustra el punto anterior en el cual se decía que los componentes de la comunicación o de cualquier proceso no son separables, no pueden ser divididos en entidades independientes o que sea posible sobreponer.

Este ejemplo también puede servir de ilustración para el principio de relatividad al cual nos hemos referido ya. En uno de los niveles de análisis podemos describir a un reportero como a un decodificador. En otro nivel, es ambas cosas, fuente y receptor, y desempeña las dos conductas, la de encodificar y la de decodificar. Cómo lo llamemos depende de nuestros propios propósitos, de cómo lo vemos, del contexto en el cual lo colocamos, etcétera.

Finalmente, los ejemplos mencionados demuestran el significado de proceso: la interrelación de los componentes de la comunicación. Dentro del periódico no podemos ordenar los acontecimientos de la comunicación, como 1) el reportaje, 2) la toma de decisiones por la oficina de redacción respecto del valor de los mensajes recibidos, 3) las órdenes de publicar determinados artículos en el diario, y 4) la encodificación de esos artículos. Resultaría difícil decir cuál de estos elementos tiene prioridad.

Es evidente que en el reportero influyen lo que él cree que sus editores quieren que reportee, los límites impuestos por las exigencias del proceso encodificador, etcétera. La oficina de redacción se ve limitada por lo que recibe de sus reporteros. También es influida por la que cree "política editora" del editor, y por sus opiniones políticas, el espacio disponible en el diario, el tiempo y los costos de la encodificación, etcétera. Y, por supuesto, también todos los empleados se ven afectados siempre por lo que se supone que son los propósitos del lector, quien será eventualmente consumidor del diario. Lo que ellos creen que el lector desea influye directamente en lo que es objeto de su reportaje, lo que interpretan y lo que codifican.

La comunicación de noticias es un proceso. Todos los elementos se influyen unos a otros. Se desarrolla entonces una dinámica característica de ese proceso específico.

Quien estudia periodismo puede familiarizarse rápidamente con los principales elementos del oficio: hechos, máquinas de escribir, artículos de escritorio, prensas de imprimir, sistemas de distribución, etcétera. Pero lo difícil de aprender es la dinámica, y, por lo general, debe ser experimentada antes de que se la pueda llegar a entender.

Funciones que siempre se cumplen

Los componentes de la comunicación discutidos son esenciales para la comunicación. Tanto si hablamos de la comunicación respecto de una sola persona, como de dos o de toda una trama institucional, deben haberse cumplido las funciones definidas como fuente, encodificador, decodificador de códigos y receptor. Los mensajes se hallan implicados siempre en una u otra forma, y existen en uno u otro canal. De qué manera se juntaron, en qué orden y dentro de qué tipo de interrelación, depende de la situación, de la naturaleza del proceso específico que está en estudio y de la dinámica desarrollada.

Es provechoso utilizar estos ingredientes para hablar de la comunicación. Pero sería arriesgado suponer que uno de ellos se halla antes y otro después, o que son independientes unos de otros. Esto niega el concepto de proceso, y la comunicación es un proceso.

La importancia de esto puede ser caracterizada muy bien por el argumento tradicional de la prioridad

relativa de los huevos y la gallina. Una frase útil para no olvidar la interrelación que implica un proceso es recordar la siguiente definición: un pollo es lo que un huevo hace para reproducirse a sí mismo.

Bibliografía citada

Fearing, Franklin (1953). "Toward a Psychological Theory of Human Communication" en *Journal of Personality*, N° 22. United Kingdom, Oxford, Blackwell Publishing.

Johnson, Wendell (1953). "The fateful process of Mister A talking to Mister B" en *How Successful Executives Handle People*. Harvard Business Review.

Roberts, W. Rhys (1946). "Rethorica" en W. D. Ross (ed.) *The Works of Aristotle*. United Kingdom, Oxford University Press, Vol. XI.

Schramm, Wilbur (1954). "How Communication Works" en Schramm, W. y Roberts, D. (eds.) *The Process and Effects of Mass Communication*. Illinois, University of Illinois Press.

Shannon, Claude y Weaver, Warren (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Illinois, University of Illinois Press.

Westley, Bruce y McLean, Malcom (h) (1957). "A Conceptual Model for Communication Research" en *Journalism Quarterly*, N° 34. Columbia, EE.UU.

Berlo, David (1960). "A model of the Communication Process" en *Process of Communication*. New York, Holt, Rinehart & Winston. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Teoría de la Comunicación: las implicaciones sociológicas entre información y cultura de masas - Definiciones

Antonio Pasquali

> Sólo en el genuino hablar es posible un genuino callar [...] Pero callar no quiere decir mudo.
>
> (Heidegger: *Ser y Tiempo*)

El tipo y nivel de cultura que exhiben los grupos sociales está en función de sus medios de comunicación del saber, según una relación tanto más causal cuanto más subdesarrollada sea la cultura en cuestión. Debido a la especialización que el uso de tales medios implica en la actualidad, el saber pasa a manos de un reducido núcleo de agentes transmisores, quienes actúan como funcionarios y "expertos" de grupos de presión ajenos a las esferas culturales, para canalizarlo y enviarlo al dilatado ámbito de individuos receptores. Cuando la desproporción entre agentes transmisores y receptores aumenta hasta atrofiar la bilateralidad de la auténtica intercomunicación, cuando el grupo de transmisión profesionaliza y acapara el papel de informador y el grupo de recepción se reduce al papel de informado, en relación irreversible, mengua la fuerza expansiva y autocreadora del saber, quedando reducida su difusión popular a una relación unilateral entre una oligarquía informadora convertida en elite y una muchedumbre indiferenciada de receptores, convertida en *masa*.

Explotando a fondo la más certera intuición de la sociología cultural (la que postula que el saber-en-común es el elemento constitutivo y no superestructural de lo social), se evidencia que los medios de comunicación no están en función de un saber dado, el cual sería a su vez el epifenómeno de una sustancia social antecedente, sino que la relación sociedad-saber-comunicación es en un todo inversa. Un tipo de sociedad está en función de un saber que, a su vez, es función de sus medios comunicantes. Las estructuras sociales no engendran *a posteriori* un saber del cual emanarían consecuentes medios de comunicación, sino que los medios de comunicación configuran y delimitan formas del saber, las cuales determinan y tipifican a un grupo social. La función hace, o al menos "con-figura", al órgano, como los actos virtuosos hacen la virtud, y no a la inversa. La filosofía ha rechazado siempre, y con razón, un "saber incomunicable" (como el de las experiencias místicas), o ha determinado desde sus comienzos que lo *incomunicable* es lo incognoscible, y lo incognoscible no *es*, pues supone que lo inexpresable es alógico, y lo alógico una "ágnoia" o no-saber. El grado y modo de su comunicabilidad define, pues, a un saber como éste define a su plexo social; de lo cual puede directamente inferirse, en perspectiva sociológica, una mutua inherencia dialéctica entre los medios de comunicación del saber y su correspondiente grupo social. Solo hay sociedad, *mitsein* o estar uno-con-otro donde hay un con-saber, y solo hay con-saber donde existen formas de comunicación. De la relación funcional entre sociedad y medios-de-comunicación-del-saber se desprende que los caracteres de éstos son determinantes para aquéllas, al menos en la medida en que siempre se ha considerado válida la relación inversa. Pero entre medios de comunicación y totalidad social no existe, sin más, una relación de causa-efecto, de parte-todo o de super-infraestructura, sino una inherencia o mutua inmanencia dialéctica. Tales axiomas inauguran la novedosa perspectiva metodológica de poder inferir el grado de una cultura de las interrelaciones sociedad-medios de comunicación; por ejemplo, la posibilidad de fundamentar un subdesarrollo cultural en razones de atrofia comunicacional, como se intentará en el presente caso.

La cabal demostración de esta tesis requiere de una nueva categorización a escala sociológica de la relación. Las definiciones que se expresan a continuación quieren responder a tal necesidad de nuevas categorías dinámicas. Su novedad reside en la asimilación, que aquí se intenta, de cuanta sugerencia científica puede desprenderse de las modernas ciencias formalizadoras del problema de la comunicación, concretamente de la *Teoría de la información*. No se trata, obviamente, de extender a todo el segmento antropológico las formalizaciones lógico-matemáticas de esta disciplina sino, por el contrario, de intentar, con plena conciencia de los riesgos y dificultades inherentes a tal operación, una nueva sistematización conceptual en el básico aspecto de la *relación social* desde el enfoque científico de esta teoría, que es indirectamente una manera de señalar sus límites y las dificultades de su aplicación a escala estrictamente social. Esta riesgosa tentativa se justifica y asienta en el supuesto de que las implicaciones y repercusiones más inmediatas de la *Teoría de la información* no son tanto las de tipo semiótico, psicológico, estético o histórico, sino justo las sociológicas; que son, por lo demás, las que menos atenciones han recibido de la filosofía social.

Por *comunicación* o *relación comunicacional* entendemos aquella que produce (y supone a la vez) una interacción biunívoca del tipo de con-saber, lo cual solo es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor) rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. No hay "comunicación" ni relaciones dialécticas de otro tipo con la naturaleza y la materia bruta, sino cualquier otra forma de relación monovalente: utilitarista, energética, etc., ya que en este caso el polo de la relación es objeto puro de conocimiento o de acción, pura *res extensa* esencialmente muda que ni siquiera actúa, en rigor, como simple receptor, por

carecer de un saber de la receptividad. Mediante la máquina, la obra de arte y, en general, el artefacto, hay a lo sumo una comunicación indirecta con el "otro", por artificio interpuesto, que rebasa los límites de la comunicación propiamente dicha, sin llegar a la pura relación de información ni recaer en la mera relación energética espíritu-materia. Los únicos entes capaces de suscitar tipos de comportamiento auténticamente comunicacionales y sociales, que no intercambio mecánico de informaciones-estímulos, son los seres racionales depositarios de un con-saber y capacitados para la transmisión-recepción en los niveles sensorial e intelectual: es decir, el hombre entendido como *zoon logon ejon* o animal hablante y dialogante (con o sin el recurso de canales artificiales de comunicación), y es por eso *zoon politikon* o animal conviviente. En la genericidad humana se inserta como principal elemento específico el factor con-saber (del cual es la autoconciencia un momento secundario); esto es, la conciencia de la co-presencia en la comunicación. Comunicación es, pues, término privativo de las relaciones dialógicas interhumanas o entre personas éticamente autónomas, y señala justamente el vínculo ético fundamental con un "otro" con quien "necesito comunicarme" (Wiener); el "estado de abierto" como apertura, o descubrimiento-aceptación de la alteridad en la interlocución, y, por reflejo, de una conciencia de mí mismo. Hay en esta situación una doble tensión dialéctica que sólo indicaremos. La una, externa y secundaria, es dada por la conmutabilidad del transmisor-receptor y por el estar enfrentados dos polos bien definidos y con mutua capacidad de absorción. La otra, intrínseca y primaria, refleja la propia situación contradictoria al interior del comunicante. Comunicarse —que no es comulgar, fusionarse o alienarse— implica en uno de sus momentos un aporte trascendental de objetivar, de poner al otro en cuanto tal, como alteridad vinculada a un sujeto que no se enajena en esta operación. La comunicación (que no el ser del otro en cuanto tal) descansa entonces, por entero, en la conservación, por parte del sujeto, de este contacto trascendental no fusionante, de esta presencia alejada o presencia-ausencia. En la medida en que tal equilibrio de atracción y repulsión se relaja, la alteridad deja de ser simple heteronomía para asumir una autonomía que es negación pura o indiferencia; el *otro* se torna en mónada hostil, trascendente y cerrada, y surge más bien la incomunicabilidad o la alienación del uno por el otro. Es entonces la propia comunicabilidad —que solo subsiste como tensión armónica entre dos polos— la que encierra dialécticamente los gérmenes de la incomunicabilidad.

Solo es, pues, auténtica comunicación la que se asienta en un esquema de relaciones simétricas, en una paridad de condiciones entre transmisor y receptor y en la posibilidad de *oír uno a otro o prestarse oídos* (Heidegger), como mutua voluntad de entenderse. Esta última es la condición básica e insuprimible de la no-contradicción en toda relación de comunicación (que llamamos *diálogo*), pues «aun cuando aceptase la solicitud del otro de que me esforzara a no entenderlo, caería en una contradicción, ya que por eso mismo lo estaría entendiendo» (Calogero). «En la experiencia del diálogo se constituye entre el otro y yo un terreno común; su pensamiento y el mío se entrelazan en un solo tejido [...] insertándose en una operación común de la cual ninguno es el creador. Hay un ser a dos [...]; somos recíprocamente colaboradores en perfecta igualdad de condiciones, nuestras perspectivas se deslizan la una en la otra, y coexistimos a través de un mundo común» (Merleau-Ponty). Una relación dialogal o de auténtica comunicación se reconoce en que la persona objeto de una interpelación discursiva "contrahabla" en virtud de un coherente e irresistible impulso (que Renouvier hubiese llamado "vértigo normal"), tendiente a reducir el "logos" ajeno a "dia-logo" *inter-pares*, y lo lleva a efectuación.

La multiplicidad de canales comunicantes y la enorme dilatación por ellos producida en los viejos moldes del con-saber y del con-vivir, hacen suponer que una *Teoría de la comunicación* vendrá a ocupar pronto un lugar de importancia al lado de las teorías del conocimiento, con base en la semiótica por un lado, en las ciencias matemáticas por el otro, y con importantes ramificaciones hacia la sociología, la psicología y, en general, las ciencias morales.

Teoría de la comunicación —que no de la información— porque creemos que el concepto de *información* elaborado en estos años carece de univocidad lógica, precisamente en razón de su enorme y aún inexplorada fecundidad. En su empleo más frecuente, en efecto, ese término sugiere la presencia de un polo receptor constituido por un interpretante racional, cuando sabemos, por otro lado, que una recepción de informaciones puede igualmente realizarla cualquier máquina equipada para la interpretación, almacenamiento y elaboración de mensajes, entendidos como estímulos o "programas" suscitadores de respuestas mediante elementos "efectores". Faltaría, pues, diferenciar neta y definitivamente entre información a escala cibernética e información a escala antropológica. Pero los principales resultados axiomáticos y categoriales hasta ahora logrados por la *Teoría de la información* —a saber: la cuantificación de la información como imprevisibilidad y de su desgaste como mayor probabilidad (desgaste llamado también "obsolescencia" o "entropía" progresiva de mensajes degradados por su banalidad o repetición), y asimismo los conceptos de redundancia y ruido, segmentos estético y segmento semántico, etc.— solo cobran sentido en un contexto informativo cuyo polo receptor sea una *res cogitans*, pues tales factores estructurales de la información se inscriben en la ineludible perspectiva funcional creada por un intérprete o receptor no-mecánico. Una máquina habilitada para la recepción de informaciones, en efecto, nunca podría entropizar un mensaje, ni discriminar el elemento semántico, cuantificable y codificable, del elemento estético, ni aumentar el coeficiente informativo en razón de su imprevisibilidad, etc. Un sistema que se proponga racionalizar los procesos comunicacionales a escala antropológica, necesita forjar, pues, la distinción categorial que suprima la equivocidad del término *información*. En vista sobre todo de las implicaciones sociológicas que se quieren aclarar aquí, proponemos que tal distinción entre *tipos* de interrelación se establezca *por el coeficiente de comunicabilidad de los polos en presencia*, lo cual arrojará como resultado el que la *información* pueda asumirse como diferencia específica del género comunicación. Por coeficiente de comunicabilidad entendemos la carga potencial Transmisor-Receptor (TR) presente en cada polo del campo relacional; carga que ha de resultar tipificable e incluso cuantificable. (Un potencial T, por ejemplo, puede "efectualizarse" en presencia de un R específico, o en presencia de n-R de idénticas características, o de uno o n-R de características disímiles, o intercambiarse únicamente en dirección al RT de donde recibió previamente un mensaje, o funcionar como relevo, etc. Un potencial R puede asimismo "efectualizarse" en presencia de un T específico, o de n-T iguales o disímiles, o intercambiar mensajes con un TR previamente convenido, etc.). La distinción primaria será, de todos modos, aquella que establezca estos tres coeficientes básicos de comunicabilidad:

T (sólo transmisor),
R (sólo receptor),
T-R (transmisor-receptor).

Esta tipología tiene la ventaja de aplicarse tanto a la "comunicación" de nivel completamente mecánico como a la de nivel totalmente cogitativo, más todos los casos intermedios. Pero ella excluye toda posibilidad de aplicar el concepto de *comunicación* a las relaciones de nivel cibernético (donde solo puede haber reciprocidad de informaciones-estímulo y no "diálogo"), mientras admite el uso de ambos términos, *comunicar* e *informar*, cuando la bipolaridad se establece entre entes racionales no-mecánicos. En este nivel inter-racional, *comunicación* definirá el intercambio de mensajes con posibilidad de retorno no-mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad (R-T); e *información*, el envío de mensajes sin posibilidad de retorno no-mecánico entre un polo T y un polo R periférico y puramente aferente. De este modo, el término de *información* connotaría la principal dife-

rencia específica de la *comunicación*: es decir, aquella relación que se establece entre polos con bajo coeficiente de comunicabilidad. Una teoría de la información a nivel antropológico se inscribiría, por consiguiente, en una *Teoría general de la comunicación* como el importante capítulo destinado a analizar la transmisión, entre entes racionales y/o artificiales, de mensajes unilaterales o sin canales de retorno; lo cual, además de amoldarse dócilmente a una realidad tecnológica que ha decretado el predominio de los medios unilaterales de transmisión, abre una nueva perspectiva en todo el ámbito del con-saber. Esta *Teoría general de la comunicación*, en efecto, puede formalizar y sintetizar, a largo plazo, aspectos básicos del con-vivir que ya no soportan la mutua segregación (los educativos y los de la moral del grupo, los de la información y de la publicidad, de las relaciones humanas y de la sociología del saber, de la comprensión de la obra de arte y de la política, etc.), constituyéndose en metalenguaje de todas las ciencias que tienen por objeto al hombre como ente dialogante y social. Las siguientes definiciones tienden a ensanchar las perspectivas sociológicas de esta primera y sustancial diferencia entre *comunicar* e *informar*.

Con la expresión *medios de comunicación* no hacemos tanto referencia a los símbolos básicos adoptados por el hombre para significar, expresar y comunicar el saber (los lenguajes), sino concretamente a los canales artificiales empleados para vehicular tales lenguajes entre seres racionales transmisores-receptores. Medios de comunicación (en su más amplio sentido) serían, en efecto, todos los lenguajes significantes (que son, por de pronto, más convencionales que artificiales) y, en general, todo signo capaz de excitar a un receptor vehiculándole un sentido o significado: los del lenguaje hablado, los del lenguaje visual, etc. Pero función primaria de todo signo o significante es la de "hacer referencia a" un concepto significado, y subsidiariamente la de comunicarlo. Un medio de comunicación, en cambio, no tiene otra función que la de "transportar" materialmente signos previamente convenidos en un contexto simbólico que antecede, como tal, a la elección del medio comunicante. La expresión "medios de comunicación" no pretende usurpar, en principio, enfoques propios de la semántica, sino que connota aquellos canales artificiales de transmisión que el hombre ha inventado para enviar a un receptor (en forma cualitativa y numéricamente más eficaz) mensajes significantes de cualquier naturaleza y expresados en cualquier simbología. Si la palabra, por ejemplo, es el signo-clave convenido para que un receptor evoque por asociación el significado que un transmisor le ha querido comunicar, el teléfono, la radio, el cine, un osciloscopio, la televisión, el telégrafo, etc. serán los medios de comunicación elegibles para vehicular óptimamente tal signo-clave al receptor. Todos ellos son artificiales porque: a) Hemos de reservar el atributo de "natural" sólo a los órganos aferentes-eferentes de la sensibilidad (que siempre ocupan los extremos de una relación de comunicación, aun cuando medien innumerables canales artificiales); y, b) Porque todos ellos implican una conmutación del signo original en clave mecánica, química, eléctrica, etc., como condición indispensable para su transporte a distancia. Un SOS enviado de relevo en relevo por señales de humo, luego de un tam-tam, captado por un mensajero que lo comunica telefónicamente a una estación telegráfica y finalmente difundido por una radioemisora, habrá sido conmutado a distintas claves por cada uno de los canales artificiales empleados en su comunicación (señales ópticas, acústicas, alámbricas, radiales, etc.), pero supondrá siempre: a) La inalterabilidad del significado original enviado a través de distintos sistemas de signos significantes; y, b) Un primer canal natural convertidor, ubicado en el transmisor, y un canal natural "interpretante", situado en el receptor (final o intermedio). Los signos o significantes son portadores directos de significados; los medios de comunicación son sus trans-portadores segundos. Con ello se sugiere evitar una cierta confusión en el uso de los términos (no hay, en rigor, un "lenguaje" de la radio, del cine, etc., sino un lenguaje de sonidos, de imágenes, etc., transportados y por eso coordinados sintácticamente, por la radio, el cine,

1963

etc.). Pero ello indica a la vez que algunos principios de la semiótica deben análogamente aplicarse al estudio de los medios de comunicación, ya que ese segundo nivel de trans-porte está en capacidad de suscitar profundas transformaciones sintácticas, dilatando así la propia función significante de los signos transportados, en lugar de facilitar simplemente su más amplia difusión. La combinación de signos iconográficos que el cine, por ejemplo, ha hecho posible, no obedece a las reglas de una sintaxis cualquiera: a la musical, a la poética, a la del vitral, del políptico, etc., o a la suma de todas ellas, como soñaron los primeros teóricos del cine. El surgimiento de un nuevo medio de comunicación sólo puede comportar una revolución en las coordenadas sintáticas de un sistema básico de signos, al aumentar y diferenciar la función significante de los mismos. Desde que usamos el cine, "decimos" más con imágenes (ya que ellas "dicen" y significan más en este nuevo contexto diacrónico) que en cualquier otra época, aun cuando el signo empleado sea básicamente el mismo que conocían los hombres del siglo XVII, los medievales y aun los de Lascaux y Altamira. Las posibilidades, límites y peculiaridades típicas de un canal revierten sintáticamente en los contextos significantes que vehiculan. El proceso de "enmaterialización" en canal (sabiendo de antemano cuál de ellos nos disponemos a emplear) repercute sobre el "enciframiento" o codificación significante del mensaje, pudiendo terminar, al límite, por imponerse a la misma fuente de sentido de donde emana la materia prima de lo expresable. Dicho llanamente: la vieja hipótesis de que los límites de mi instrumental expresivo se traducen en limitaciones de mi capacidad cogitativa, debe ampliarse el conjunto *sentido-significado-comunicado*. Ahora son los límites y prerrogativas del medio comunicante los que inician la serie de prefiguraciones retroactivas: el modo de canalización, al imponer su código, predetermina a la vez el tipo de enciframiento o expresión significante del mensaje; operación que, a su vez, puede predeterminar los caracteres y alcances de lo expresable. En este sentido, al menos, parece discutible la "neutralidad" de los medios de comunicación frente al sentido o contenido de un mensaje. Quede, pues, claro que si bien entendemos por *medio de comunicación* el soporte material o artificial destinado al transporte de signos preconcebidos por el hombre, no hemos de olvidar por eso que el uso de tales medios revierte, por dilatación del coeficiente sintáctico, en la totalidad de los procesos significantes (que es, posiblemente, la novedad más importante introducida por un análisis de la comunicación en los parámetros de la semiótica). Esto es: un medio de comunicación *transporta* un lenguaje, pero al hacerlo *puede admitir una transformación de su sintaxis*, ampliando de esa forma su poder significante. Así, pues, no todo mensaje o conjunto de significado puede codificarse o enmaterializarse para cualquiera de los canales disponibles, del mismo modo que no hay indiferencia de la cifra o signo frente a lo cogitado, vivido, etc. en la fase de su expresión. La función del medio de comunicación no es siempre y solamente apofántica, al menos en los casos en que el canal elegido presente límites infranqueables de codificación, o engendre de suyo la posibilidad de una novedosa disposición sintáctica de los signos vehiculados. (Ello indica, por de pronto, que la elección del medio comunicante no es una operación gratuita o sometible a burdos cánones utilitaristas. No tiene sentido, por ejemplo, elegir entre los medios prensa o televisión para enviar un mensaje, solo porque tales medios los vehiculan a distintos y más o menos densos sectores de la colectividad, pues el mismo mensaje adquirirá además significaciones o sentidos distintos según sea la sintaxis o medio empleado, produciendo así en el receptor diferentes interpretaciones).

El problema de las relaciones entre medio y sintaxis del signo revierte así en una compleja problemática semiótica, psicológica y sociológica que afecta el uso práctico de los medios de comunicación.

Los elementos aquí consignados abarcan la función comunicante en su generalidad, es decir tanto la relación comunicacional propiamente dicha (o comunicación en sentido restringido), cuanto

de la información. Todos los medios relacionantes actualmente a disposición del hombre pueden utilizarse, en efecto, tanto para comunicar cuanto para informar. Una definición de estas categorías se encuentra en los párrafos siguientes.

Reservamos la expresión *relación de información* (según venimos proponiendo), para aquellas formas de la relacionalidad en que transmisor y receptor pierden la ambivalencia propia del esquema comunicacional, reemplazando el diálogo por la alocución o *paréresis*. *Alocución* quiere indicar aquí el discurso unilateral suscitador de una relación de información, que es un *decir-ordenando* sin posibles réplicas de la parte receptora (la *notificación* de Kafka y Heidegger). *Paréresis* (que derivamos del griego *parairéo*), connota muy exactamente —hasta el punto de justificar la licencia idiomática— el rasgo más peculiar de la alocución: la tentativa de sustraer, empequeñecer, adueñarse y alienar (al receptor), como función básica de un decir-ordenando que no admite respuesta. La complementariedad dialéctica entre los dos polos de la relación comunicacional —generadora por síntesis de nuevas formas del consaber—, retrocede ahora a un esquema asimétrico y predialéctico que ni siquiera es el antinómico, sino el de una simple relación de contrarios en que una de las partes siempre niega a la otra sin negarse a sí misma. «Sin reciprocidad no hay *alter Ego*, puesto que el mundo del uno envuelve entonces al del otro, haciendo que uno de los dos se sienta alienado en favor del otro» (Merleau-Ponty: *Phénoménologie de la perception*). El receptor (piénsese, concretamente, en un receptor de mensajes enviados por los grandes canales de información de masas) se halla aquí en la imposibilidad de convertirse directa o indirectamente en transmisor de una réplica dialógica, propiciando en el transmisor la esterilización progresiva de su potencialidad receptiva. Estamos ante el *factum* cotidiano de los *medios* de información que inutilizan por su propia naturaleza la doble virtualidad implícita en cada polo de la relación: de las dos posibilidades alternativamente realizables en la comunicación, solo una y la misma pasa a efectuarse siempre y con necesidad en la información, mientras que la otra queda relegada a la esfera de las posibilidades no futurizadas o imposibilidades. En ese instante, uno de los polos actúa siempre como transmisor, el otro como receptor. Tal imposibilidad de inversión inmediata de los polos, típica y privativa de la relación informante, reduce a tal extremo la alternativa de reconstruir sobre nuevas bases la relación biunívoca que el canal empleado termina por funcionar con un *diodo*, convector rígidamente irreversible. El impulso espontáneo del interpelado a convertir el discurso del interlocutor (*logos*) en discurso doble o diálogo (*diálogos*), se arremolina en la frustración. La "voluntad de entender", ahora impuesta unilateralmente al receptor, se transforma de pacto en mandamiento; sólo queda alguien que *se hace entender* sin tener que entender al otro (el sordo transmisor), y alguien que sólo *debe entender* sin ser entendido (el mudo receptor), no por voluntaria renuncia, sino porque *lo* renuncian. El receptor queda emplazado a constituirse en pura conciencia absorbente, «en una mudez que sin embargo, se reconece como mudez» (Sartre). Si la naturaleza es «cognoscible espontáneamente […] y en su totalidad no puede callar», las personas, en cambio, o bien «pueden callar y ocultar sus pensamientos. Y esto es algo distinto del mero hablar […] es una manera activa de conducirse […]» (Scheler), o bien pueden ser calladas y convertirse, en pura pasividad, en incognoscibilidad espontánea del que no puede comunicarse. Su silencio es entonces inauténtico, por compulsión de la notificante *paréresis*. Ya no es el callar de quien, al estar realmente comunicado y por eso habilitado para covertir el "logos" ajeno en "diálogo", prefiere, sin embargo, no hacerlo. «Sólo en el genuino hablar es posible un genuino callar […] Pero callar no quiere decir mudo» (Heidegger). Del que no dialoga se ha dicho que nunca puede aplicar la lógica del *sí* y del *no*; y tal es el caso, justamente, del receptor de informaciones. El transmisor, consciente de los privilegios que le otorgan sus funciones de informador constitutivo, asume la arrogante postura del que dice algo, pero que sabe que su decir *parerético* es un "mandar a callar" al receptor reduciendo artificiosamente su coeficiente de

comunicabilidad, enajenándole sus funciones expresivas y agigantándole monstruosamente las receptivas. «Tras la máscara del "uno para el otro" actúa un "uno contra otro"» (Heidegger). Ahora el receptor es puro sistema aferente, cosa pensada, y sus facultades receptivas e interpretativas sufren de elefantiasis, como compensación al *no-poder-decir-nada* que es forzado a asumir. Cada vez que un medio de información nos contacta y subyuga, estamos ante un decir que nos acalla. (*No crea* —dijo Karl— *que yo esté ante completamente en su poder; podría incluso ponerme a gritar. Y yo te puedo tapar la boca […] Tus esperanzas son infundadas […].* Kafka, *América*). Es la salud del transmisor por enmudecimiento y aniquilación del receptor; el plúmbeo lastre de formas del saber manipuladas y enviadas por canales de una sola vía, que frenan el impulso a la dialogación. La capacidad hiperinterpretativa, la auscultación cuasi mágica de la *paréresis* y la histérica hipertrofia conjetural (tan perfectamente simbolizadas por el kafkiano K… de *El Castillo*) son altamente sintomáticas de las estructuras sociales en que el factor información prima sobre la comunicación o diálogo. Si en la relación de comunicación la bilateralidad admite una selección y control mutuos de los medios comunicantes, en la relación unilateral de información el control, selección y uso de los medios informativos pasan a ser prerrogativas absolutas del agente transmisor, convertido en elite institucionalizada para el desempeño de esa función.

Muchos aspectos aún indefinidos en nuestra concepción del hombre contemporáneo, muchos puntos oscuros en sus grandes esquemas comportamentales pueden admitir una racionalización gracias al uso de categorías como las de comunicación e información. Esta última, de la que hemos visto engendrarse conceptos como alocución, *paréresis*, notificación, unilateralidad comunicacional, enmudecimiento del receptor, etc., parece tener por sí sola suficiente fecundidad como para convertirse, pese a su aparente sencillez, en una de las categorías más operantes para la comprensión de muchos fenómenos sociales contemporáneos.

La única transmisión posible de mensajes entre complejos mecánicos o electrónicos es de pura información "epitáctica" o causativa en su más bajo sentido. Cada polo está previamente habilitado para enviar un número de mensajes rígidamente codificados en su pura acepción semántica, o para recibir e interpretar la clave de una información-estímulo, destinada a desencadenar una respuesta mecánica como único "reflejo condicionado" posible. Un científico o un pensador no establecen con el mudo objeto (concreto o abstracto) de sus investigaciones ni una relación de comunicación ni mucho menos de información, sino una escueta relación de conocimiento. Cuando el otro polo de la relación es *inter-locutor*, éste nunca informa, sino comunica en condiciones básicas de igualdad. Sólo se alcanza el nivel puramente informativo cuando el receptor, aun conservando virtualmente sus posibilidades interlocutoras, las pierde prácticamente debido a la presencia de medios que impiden técnicamente su actualización. Cabe insistir en la conservación, por parte del receptor, de la facultad de dialogar *como pura posibilidad nunca llevada a efectuación* (como una con-posibilidad no futurizable, en terminología indeterminista). Este rasgo, que podría expresarse con el símbolo (T)-R, impide confundir la relación energética hombre-naturaleza con la relación de información. Allá, el objeto-receptor se halla esencialmente desprovisto de poderes transmisores; aquí, virtualmente provisto pero efectivamente inhabilitado para actualizarlos. Ello no obsta para que toda relación de información encubra un conato del transmisor destinado a petrificar al receptor en estado de cosa, y que toda alocución o *paréresis* sea un esfuerzo, más o menos logrado, para convertirse en instrumento de una relación más energética y utilitarista que comunicacional, a expensas del receptor.

El receptor de una información no limita su pasividad al registro automático del mensaje recibido. Aun prescindiendo de la más o menos oscura conciencia que de tal situación pueda tener, ésta configura, desde un punto de vista moral, el esquema

de acto involuntario, tanto por la enajenación de la causa eficiente y final cuanto por la predeterminación de los medios. Un receptor es forzado por el transmisor, quiéralo o no, a entrar en la relación de información y a injertarse, a su pesar, en un esquema teleológico con el cual no coincide necesariamente. (La "libertad de información" es una irónica *contradictio in adjecto*, ya que sólo connota la libertad del informador). Está en la obligación de someterse al uso de medios informativos cuya elección se ha efectuado al margen de su poder deliberativo; tales medios se imponen, en abstracto, por principios de economía en la subdivisión del trabajo, pero son concretamente elegidos y manipulados por el agente transmisor. Es invitado al banquete de una espuria intercomunicación, pero obligado a representar el papel del convidado de piedra. Todo ello sumido en un riguroso determinismo social, siendo quimérica la pretensión de quienes aún consideran factible el que podamos sustraernos a la relación de información, para conservar la libertad de la ataraxia y de la autarquía. Coacción, necesariedad, compulsión y trascendencia hacen de todo hombre-masa un receptor de informaciones, y de todo receptor un sujeto no deliberante y violado. Tal involuntariedad subsiste, a nivel ético, tanto si el individuo receptor actúa inconscientemente, como si busca el sometimiento y la masificación.

Psicológicamente hablando, la pasividad del receptor de informaciones presenta todos los síndromes de la frustración. Cuando en la relación unilateral predomina un contenido de "difusión"; es decir, cuando ella vehicula el producto de una relación de conocimiento (científica o poética), la situación no suscita en el receptor la necesidad de réplicas inmediatas, y pasa sin estridencias. El receptor es aquí quien proyecta recibir y callar. Si la relación de información no contiene elementos predominantes de difusión; si ella funciona *doxísticamente*, vehiculando impositivamente opiniones, interpretaciones, noticias, etc., de las cuales intuimos vagamente el papel motivador, tales contenidos suscitan en el receptor deseos vehementes de interlocución dialógica inmediata, pronto ahogados y derivados a la frustración por la mudez que caracteriza al receptor. En las sociedades de mayor desarrollo cultural y político, dichas frustraciones no llegan acaso a producir represiones colectivas profundas; la relación de información no es allí predominante o admite que individuos de distinta extracción tengan libre acceso a su uso. En este segundo caso, diferentes reacciones y tomas de conciencia se constituirán en normales válvulas de escape a muchas tentativas de condicionamiento, restableciendo, aun indirectamente, la bilateralidad típica del esquema comunicacional. En las sociedades culturalmente subdesarrolladas y sometidas a un híbrido monopolio económico-político de sus medios de información, nadie tiene legítimo y libre derecho de apelación (o, si lo llega a tener, una cortina de silencio hará inoperante el esfuerzo), configurando un monstruoso cuadro de frustraciones y represiones colectivas. En estas circunstancias, la transmisión a un receptor de mensajes que deberían correr por los canales normales de la comunicación y el diálogo, pero que son forzados a irrumpir por los conductos unilaterales y motivadores de la información, constituye la más sutil de las inmoralidades comunicacionales. (Por ejemplo, un "diálogo" político entre miembros de una elite gobernante, televisado ante una colectividad más o menos privada de sus derechos políticos, constituye un grotesco *ersatz* de relación comunicacional, una ilusoria válvula de escape utilizada por quienes han bloqueado los verdaderos canales comunicantes, para la gran frustración colectiva). En realidad, tal paliativo sólo abonará a largo plazo el proceso de *refoulement* capaz de comprimir el trauma hasta un punto explosivo. La frustración por mudez del receptor de informaciones es básica. De ella se desprenden todos los demás rasgos incluidos por la literatura científica bajo el rótulo de "idiotez psicológica": el pensar y actuar por estereotipos, la admiración atontada por los exponentes de la elite informadora o por su mitología, el dejarse recetar una personalidad, ciertas aspiraciones e incluso los "tranquilizantes" para evadirse del estado de mudez, etc.

¿Qué parte corresponde actualmente, en la intercomunicación del saber, a las formas básicas de la comunicación propiamente dicha (diálogo, *paideia*, escuela, etc., con todos sus correspondientes medios de difusión) y a los medios de información, máximamente los audiovisuales? ¿Cuál de esos esquemas comunicacionales resulta hoy más operante, sobre todo en el sentido extensivo y cuantitativo de una cultura popular o de fenómenos específicos como las ideologías colectivas, la opinión pública o los patrones de conducta? En este esquema de la comunicación-difusión-información (que podemos tipificar con el tríptico: *diálogo-libro-televisión*) hay complejos y oscuros problemas en que la semiótica, la psicología, la sociología, la ética y otras ciencias cuyo objeto común es el con-saber, mucho tienen que aclarar aún. Hay, por de pronto, una clara relación descendente de alejamiento entre transmisor y receptor, que va de la inexistencia de canales artificiales intermedios (diálogo personal), hasta la máxima utilización hoy admisible de los mismos (la información sometida a un mayor número de comunicaciones y dirigida impersonalmente a las masas). Hay, por consiguiente, una conversión progresiva del diálogo en *paréresis*, de la comunicación bilateral en información unilateral, que produce una pérdida progresiva en la posibilidad de obtener nuevas formas del saber por vía de síntesis, ya que en las capas inferiores la confrontación dialéctica queda bruscamente interrumpida, y el saber canalizado en un solo sentido. El esquema encierra, posiblemente, una jerarquía de valores: más calidad y especialización-menor extensión, en la capa superior; menos calidad-mayor extensión, en las inferiores, acompañada por un grado descendente de irracionalidad y uno ascendente de racionalidad, y asimismo, por matices progresivos de univocidad-equivocidad, sinceridad-sofisticación y altruismo-egoísmo. Mas la pregunta básica es, para nosotros, la que interroga por la función de cada medio comunicante en la constitución de una cultura popular o de masas. Si el diálogo espontáneo y, en rigor, todos los medios de difusión del saber siguen funcionando como mecanismos básicos en la creación de un saber por negaciones, aportes, síntesis, etc., entre las elites cu1turales, ¿no corresponderá la masificación de las ideologías solo a aquellos medios que renuncian a la bilateralidad en aras de la multiplicación y aplanamiento del polo receptor? Con eso queda introducido un nuevo concepto, el de masa, que requiere de una definición.

Para derivar la definición de *medios de masas* y *de masa* (que son conceptos sociológicos) de las categorías comunicacionales hasta aquí enunciadas, hemos de dar plena vigencia al postulado básico de que existe una implicación funcional entre medios de comunicación dominantes y un tipo de totalidad social. De él se desprende la posibilidad de tipificar sociológica y culturalmente a una colectividad en función del grado de desarrollo o atrofia en los medios comunicantes de su saber. La novedad metodológica reside aquí en el intento de derivar categorías sociológicas de conceptos y formas comunicacionales. Si pretendemos que así sea y si, con el término de "masa" estamos propiamente tipificando a una estructura social, hemos de concluir que una "sociedad de masas" surge del predominio (espontáneo o impuesto) de un tipo de comunicación del saber sobre otro, y no a la inversa. E1 género predominante es aquí, sin duda alguna, el de la *relación de información*. Ella funcionaliza a una estructura social en el sentido de la masificación, por lo cual es posible distinguir a una sociedad de masas cuando entre sus miembros priman relaciones de información en perjuicio de las relaciones de comunicación. He allí, pues, la implicación sociológica buscada: *el predominio de la unilateralidad comunicacional* (información), *determina una masificación de los receptores*. La alocución o "mirada" enmudecedora del transmisor no se limita a convertir al receptor en un para-otro y a alienarle su mundo, sino que, al truncar su potencialidad dialógica y al enmudecerlo como interlocutor, puede dirigirse indiferentemente a uno o a *n* receptores. Al establecer una igualdad de tratamiento, al ser *una-para-todas* ella tiende, en una dimensión temporal, a uniformar, alienar y masificar. La mutua convergencia hacia un sólo vértice (el

notificante transmisor), produce de reflejo relaciones horizontales de igualdad entre receptores, cada uno de los cuales queda atómicamente convertido en unidad-unificada, en *uno-de-tantos*, cuyo valor no depende ya de criterios cualitativos, sino estadísticos y probabilísticos ([...] «Ellos formaban una especie de bloque, del que no se hubiera podido destruir a uno de ellos sin destruir a los otros. Realizaban una cohesión que casi no se puede obtener en general sino con la materia muerta». Kafka, *El Proceso*). Si la relación comunicante y dialógica conserva y exalta la diversificación personal entre receptores, la relación de información tiende a anularla, petrificándolos y masificándolos. *(Frieda volvió a alzar el látigo. En el nombre de Klamm* —exclamó—, *¡al establo, al establo todos!* Kafka, *El Castillo)*.

Solo la relación de información admite, pues, en rigor, el uso de la expresión *medios de masas*, pues solo la preponderancia de interrelaciones informativas resulta masificante. A la relación de comunicación, limitada como está al nivel del diálogo entre polos bivalentes, repugna el uso de tal expresión. Información y medios de masas, en cambio, resultan funcionalmente implicados. Si en la relación unilateral de información es indiferente la presencia de uno o *n* receptores, se producirá en ella, por gravedad, una ley mecánica de la mínima acción, que se traduce en una tentativa constante del agente transmisor por alcanzar, con cada alocución, a la masa entera de los receptores.

Medios de información de masas serán, de acuerdo con lo anterior, los canales artificiales de comunicación cuando vehiculan unilateralmente alocuciones o mensajes de tipo *ómnibus*. Si toda información es masificante, es porque su carga de significaciones tiende a estabilizarse en el nivel del *uno-para-todos* (*ómnibus*); es decir, de lo impersonal en sus contenidos para no tener que ser selectiva en sus alcances. Ya que el receptor no es ahora un interlocutor sino uno-de-tantos mudos oyentes y videntes, huelga su selección por personas, estructuras sociales parciales, niveles y esferas culturales, lugares o situaciones, tal como sucede —siempre y necesariamente— con la comunicación y la difusión del saber. La alocución informativa sale disparada sin apuntar al blanco, porque siempre dará en él. Ella es el mensaje urbi et orbi, cuyo otro rasgo distintivo de importancia es una *mediocridad* de contenido y forma necesaria para su universal interpretación. Esta medianía o mediocridad se establece en múltiples niveles: del contenido, por su reducción de todas las formas del saber al lecho de Procusta de lo omnicomprensible; de la depreciación del receptor, por amortiguar o inutilizar en él la función selectiva; de la degradación y vulgarización de lo sublime, por exceso de difusión, usos irreverentes o desgaste; del ritmo o escansión vertiginosos impresos a los mensajes, que instauran en el receptor una pérdida progresiva de sensibilidad acompañada de un obsesivo eretismo por lo novedoso (y que produce de reflejo lo que algunos autores llaman la *obsolescencia* de todos los valores, por saturaciones progresivas y pérdida de vigencia de los estímulos, etc.). Pero esa *mediocridad* del para-todos no es, ni de lejos, "objetividad". Este término, que engalana al de "información" con sospechosa frecuencia, es la falsa connotación bajo la cual esconde una cultura de masas el subjetivismo interesado del agente transmisor. Una objetividad auténtica, como de un saber hablar y de un saber escuchar, pulverizaría en su esencia a la unilateral información (que es siempre *doxística*) y resultaría suicida para el transmisor. El envoltorio de digestiva "objetividad" que recubre la alocución esconde los ingredientes de una parcialidad *incontestable* por el mudo receptor, pero altamente saludable para el informador. «La falsa objetividad no es más que defensa propia de la existencia empírica egoísta. Su aparente objetividad se convierte en radical subjetividad» (Jaspers).

La expresión *medio de comunicación de masas* (*mass-communication*) contiene una flagrante contradicción en los términos y debería proscribirse. O estamos en presencia de medios empleados para la comunicación y entonces el polo receptor nunca es una "masa", o estamos en presencia de los mismos medios empleados para la información y en este caso resulta hasta redundante especificar que son "de masas". Todos los canales artificiales hoy empleados para la "comunicación" con las masas silencian, por su propia estructura, al sujeto receptor y bloquean su capacidad interlocutora. Ellos facilitan, pues, *naturaliter* la relación de información, mientras que para la relación de comunicación en sentido propio resultan ser instrumentos harto inadecuados. No hay, por lo demás, relación de comunicación que masifique. La expresión a eliminarse podría aún subsistir si el término "comunicación" aludiese claramente en ella al sentido generalizado del término, connotando a toda la región objeto de una teoría de la comunicación (tanto la comunicación en sentido restringido como la información). Tal como es utilizada se presta más bien a numerosas ambigüedades. Una vez hecha la distinción entre "comunicar" e "informar", ella podría hasta interpretarse como un hipócrita encubrimiento de la vertiente informativa bajo el manto de un término ennoblecedor.

De acuerdo con lo anterior, por *masa* ha de entenderse la totalidad social receptora de mensajes *ómnibus*, es decir, la estructura social tipificada por un predominio de la información sobre la comunicación en sus esquemas transmisores del saber. Ella es la suma de los ya anunciados caracteres descriptivos y explicativos propios del receptor sumido en la relación de información. Una caracterización sociológicamente más explícita surge de una comparación con la estructura social opuesta a la de las masas. Si con este término indicamos al grupo receptor de predominantes informaciones, ¿cómo habremos de calificar al conjunto de receptores-transmisores vinculados por medios comunicantes? La sociología ofrece dos términos: *comunidad* y *público*. Preferimos el segundo, por razones históricas y de significado que no viene al caso exponer. C. Wright Mills ha definido mejor que nadie los caracteres de una sociedad pública, al decir que ella se reconoce por la presencia de la libre discusión racional, del individualismo y de una elite responsable ante la base y no subyugante. Son estas, a no dudarlo, algunas de las consecuencias que la sociología puede desprender de un análisis de la relación comunicacional. Las otras, correspondientes a la relación de información o sociedad de masas, serían la contracción de la libre discusión a un grupo privilegiado, la presencia de esquemas estándar de comportamiento y de una elite de "expertos" sin contacto con la masa, en funciones dirigistas e irresponsables ante la base. El propio Mills, quien está muy lejos de desarrollar una teoría de la comunicación, reconoce, sin embargo, que «es fácil distinguir al público de la masa por sus medios de comunicación dominantes» (*Elite del poder*), intuyendo así la existencia de implicaciones entre el nivel comunicacional y el social. Todos los caracteres diferenciantes que luego propone para distinguir entre público y masa, pueden fácilmente desprenderse, para nosotros, de los rasgos correspondientes a la relación de comunicación y de información; al transmisor como interlocutor y como notificado, etc., sin que en ningún momento cesen de corresponderse los rasgos de derivación comunicacional con los de raigambre sociológica.

El grupo uniformemente alienado de los receptores o irresponsables organizados que constituyen la sociedad de masas, presenta rasgos muy peculiares en su conducta frente a la producción y consumo de bienes. El *para-otro* es aquí dramáticamente evidente: tanto los bienes materiales como los culturales tienen su fuente de producción en sectores que trascienden las masas, de donde emanan luego en la forma ya señalada. Cuando tales bienes son de tipo cultural, el informador es el encargado visible de vehicularlos, configurando lo que se ha dado en llamar con propiedad una cultura de masas.

Cultura de masas es el residuo de todos los mensajes *ómnibus* vehiculados por agentes transmisores de información y sedimentados en el polo receptor, constituido por una sociedad de masas. Donde no priman las relaciones de comunicación no hay, propiamente hablando, cultura de masas sino cultura *tout-court* en sus diferentes grados de desarrollo. El rasgo más característico de la *mass-culture* es su esterilidad para los fines de un auténtico con-saber, por

tratarse, según vimos, de una vehiculación sin canales de retorno que reviertan dialécticamente al polo transmisor. Sus demás caracteres se desprenden por analogía de los atributos respectivamente asignados a los elementos de la serie informador-alocución-informado. Asentamos que la alocución era una *parésesis* o decir-ordenando de tipo alienante, no selectivo, uno-para-todos. Cultura de masas será justamente la sedimentación de formas del saber, patrones de conducta, ideologías y motivaciones, depositados en la conciencia del hombre-masa por la omnipresente alocución; y lo que no responda a los caracteres de ésta no dejará residuos sociales que puedan agruparse bajo el rótulo de *mass-culture*. Si se acepta la distinción propuesta por Scheler entre formas tradicionales, seminconscientes, intrascendentes y, en fin, estáticas del saber (*alma colectiva*), y formas del saber racionales, cambiantes, superiores y dinámicas (*espíritu colectivo*), la masificación de una colectividad de receptores de informaciones *ómnibus* sólo puede equivaler a la exaltación y universalización de los componentes estáticos del saber; es decir, a una reiteración en círculo vicioso de las objetivaciones del alma colectiva (automatismos expresivos, mitos, lenguaje popular, costumbres, etc.), a expensas de un congelamiento o "coagulación" de la dinámica creadora propia del espíritu colectivo (lenguaje culto, derecho, arte, filosofía, ciencia, política, etc.). En este aspecto de una fosilización progresiva que sutiliza la capa dinámica del espíritu para engrosar la región de lo estático cultural, "cultura de masas" ha de entenderse como un eufemismo destinado a señalar el estancamiento tradicionalmente referido, a las etapas de la *civilización*. Esta "cultura de masas" configura en el momento actual uno de los más grandes movimientos cíclicos de metamorfosis regresionista que afectan por igual a las formas de vida y a las formas del saber. En esta metamorfosis de una cultura (o *espíritu colectivo*) en civilización o "cultura de masas" (*alma colectiva*), hay tanto de regresionismo a etapas más estáticas como en las grandes metamorfosis mitológicas de lo humano a lo animal o vegetal, o en las reales mutaciones geológicas por reabsorción de la biosfera en la litosfera. La masificación de una cultura representa pues, desde el punto de vista del devenir cultural, un momento de metamorfosis involutiva dirigida, cuyo término hipotético y adialéctico sería aquella absoluta entropía cultural en la cual los agentes de la masificación aspiran a precipitar al hombre-masa para hipostasiar su impotencia dialógica.

Vehículos para una cultura de masas no son, finalmente, ni los de la comunicación ni los de la difusión, sino escuetamente los de tipo *ómnibus*, por la universal interpretabilidad de sus significados: la prensa y no la obra literaria o científica; la radio y la televisión en su puro empleo "informativo" y no el concierto, el teatro o la conferencia (dirigidos a una simple masa de presencia); el cine y los *comics* y no la exposición, la enseñaza o cualquier otra forma del saber que requiere de esfuerzo de comprensión, ejercitación o "askésis". Si la alocución masifica por su *mediocridad* adaptable a cualquier edad mental, nivel del saber, etc., y si una sociedad de masas se caracteriza por la utilización de bienes de consumo *estándar* (tanto los materiales como los culturales), una cultura de masas, que es la sedimentación de mensajes prefabricados a la medida de todos, será una ulterior uniformización de lo uniforme, o síntesis de los lugares comunes de una colectividad.

Una cosa ha de quedar muy en claro. Ningún aspecto de esta irreversible *cotidianidad* (determinada por las nuevas técnicas de comunicación) tendría suficiente peso específico para suscitar una problemática sociológica o moral, si se tratase de una ineludible y accidental contingencia histórica, de un inocente diezmo pagado por el hombre contemporáneo a la tecnificación del con-vivir y, sobre todo, si se tratase de una pura y anónima *espontaneidad* del con-ser, sin causas agentes identificables ni informadores institucionalizados. La cibernética insinúa que una alineación del hombre con la máquina es teóricamente posible en virtud de un común denominador: la *neg-entropía* o resistencia de signo igual que ambos oponen a la desorganización, por ser elaboradores y receptores de informaciones, y por

eso artífices de una creciente organización (aunque regional) traducible en términos de progreso. Es precisamente esta perspectiva cibernética la que justifica una sustancial problemática antropológica. Cabe razonablemente prever (a despecho de las predicciones más fatalistas) que tratándose de artefactos y de una información que es "alimentación" programática de máquinas, el hombre —como ente capacitado para el aprendizaje, la fabricación de instrumentos y el ordenamiento teleológico— puede seguir ejerciendo indefinidamente sus funciones primarias de gobierno y control de los artefactos sometidos a su designio por numerosos y complejos que ellos sean y aun en la hipótesis —ya avanzada por algunos— de una posible "sociedad de máquinas" paralela a la humana. Un gobierno y control sectorial *por* las máquinas exaltará, pues, en lugar de degradar, las funciones imperativas y gobernadoras del hombre sobre la naturaleza y el instrumento mediador. Pero esta relación energética "ofelimática" o de pura ventaja utilitarista con la máquina y lo inanimado, mediatizada por un control riguroso de las informaciones u "órdenes", ¿no se ha extendido progresivamente al ámbito de la interacción humana, justamente por la instauración progresiva de relaciones de información, es decir, mediante una instrumentalización del hombre por el hombre y un control unilateral riguroso de la información-orden? La cotidiana experiencia enseña que la moderna tecnología de las comunicaciones ha instalado al hombre en un universo en que el predominio de la información sobre la comunicación biunívoca es siempre más evidente; donde el incremento estadístico de los mensajes epitácticos viene hipostasiando los poderes hegemónicos del informador; donde progresa a ritmo acelerado una sutil "cibernetización" o tecnificación del hombre-masa gracias a la imposición de *patterns*, la coagulación del receptor en una aferente mudez y la "alimentación" de los individuos mediante "programas" destinados a la obtención de "rendimientos". El uso predominante de medios de comunicación más capacitados técnicamente para un empleo unilateral e informativo no parece producir, pues, una simple e intrascendente *cotidianidad* de nuevo cuño, ya que ellos han determinado *efectivamente* un gigantesco predominio de la información en las interrelaciones humanas. Y esta revolución copernicana no es tal que pueda ser vista con indiferencia por las ciencias del hombre. Digamos, con un ejemplo, que los episodios de una radio salvadora de náufragos, educadora, creadora de corrientes de simpatía entre hombres y naciones, etc., pertenecen a la oleografía romántica del medio, porque la radio, estadística y regionalmente, es hoy en muchas partes un canal unilateral de coacción y masificación explotado hegemónicamente por sus contralores; un instrumento de la entropía cultural y no de organización y progreso.

Si en toda relación energética el contralor es a la vez causa eficiente y final (productor y recolector del "rendimiento"), y si el predominio de la información tiende a "cibernetizar" el convivir humano, aquí también habrá de ser posible señalar las causas agentes y finales de una instrumentalización que hemos visto traducirse en *masificación*. Las ciencias sociales no pueden soslayar el hecho básico de que un incremento del coeficiente informativo en la esfera antropológica, si bien constituye en un sentido (justamente el cibernético) un aumento de organización (*neg-entropía*), produce a la vez una disolución o entropía de la humana convivencia, de las mutuas tensiones, de la armonía entre convivientes, desde un punto de vista comunicacional y sociocultural. Si la perspectiva humanística y teleológica no está totalmente en quiebra, tales ciencias habrán, pues, de cuestionar sobre la oportunidad y desenlaces de esta hiperorganización instrumental del hombre que es, a la vez, un aumento en su desorganización cultural o moral. La pregunta a la que deben perentoriamente responder las ciencias del hombre es, pues, la siguiente: ¿Obedece realmente este revolucionario proceso a un dinamismo social *espontáneo*, no institucionalizado ni dirigido, irreversible, de tipo natural no preordenado teleológicamente?

Una cierta filosofía y una cierta psicología social lo han considerado así, pretendiendo plantear el

problema en términos metafísicos o sobre la base de conceptos francamente superados. En realidad, toda preocupación antropológica sería producto de una falsa analogía con esquemas mecánicos si, por ejemplo, resultase válido el filosofema según el cual un fenómeno como el de la masificación pertenece a la pura espontaneidad existenciaria de los hechos sociales (sin tener, pues, responsables a la vista), o la afirmación sociológica de que los problemas de la *mass-culture* se inscriben en la limitada perspectiva del "hombre-de-después-del-trabajo", o de la "cultura de-los-ratos-de-ocio" (*culture du loisir*, *cultura dopolavorística*). Esta segunda hipótesis, que es frecuente encontrar en estudios por demás rigurosos, resulta hasta peligrosa en razón de su propia ingenuidad: supone el dualismo de una alienación por el trabajo y de una posible dasalienación por el ocio, como si un proceso social del tipo de la masificación admitiese un discontinuismo tan radical y se interrumpiese voluntariamente, por ejemplo, cada vez que abandonamos la oficina o apagamos el televisor. (Así, el problema se vería realmente minimizado a dimensiones tan intrascendentes y casuísticas que hasta un consejero de revistas populares podría, caso por caso, resolverlo). Los sostenedores de la primera hipótesis (la de una masificación espontánea) pretenden desconocer que las *ventajas* de la relación informativa y masificante son sistemáticamente preordenadas y explotadas por concretísimos agentes transmisores y según principios que ninguna ciencia del hombre que se respete podría apriorísticamente cohonestar. Aquí también, muchos estudiosos de la cosa pública, particularmente interesados en el triunfo de la causa inductiva, empírica y anti-finalista (que es la del statu quo social), vienen respaldando, en incoherentes raptos de abstracción, a aquellos filósofos que aconsejan no abultar moralísticamente la búsqueda de "quien maneja las riendas". Si su actitud fuese objetivamente científica y desinteresada, deberían haberse percatado de que, así como no hay ignorancia o ceguera no aprovechada por alguien, tampoco existe, en la realidad histórica, una sociedad de masas exenta de elites explotadoras. Lo cierto es que la relación informante enmudece, coacciona, frustra, aliena y masifica *en favor* del sujeto activo o agente transmisor, por lo cual la cultura de masas, dondequiera que ella se manifieste, es creación instrumental de la elite, de sus informadores-formadores. Se llega así a una doble conclusión: 1º No hay discontinuismo u oscilaciones posibles en el proceso de masificación en acto dentro de una estructura social; los problemas que el hecho suscita son inderogables en razón de su misma ineludibilidad; 2º El *dirigismo* cultural como forma actual de la alienación, teóricamente inferido en una descripción del hecho informativo, adquiere en la realidad social el nombre concreto de los grupos de presión que controlan los grandes canales de información, y que los emplean para la instrumentalización masiva del hombre.

En este punto, la analogía entre el análisis ontológico-existencial y el sociológico-comunicacional adquiere más bien los visos de una disensión. Formulemos la pregunta con palabras de Merleau-Ponty (*Phénoménologie de la perception*): «¿Cómo puede plantearse una acción o un pensamiento humano a la manera del "on", ya que, por principio, ella es una operación en primera persona, inseparable de un Yo?». Heidegger señala expresamente que la exégesis ontológica del "ser ahí" no debe cobijar aspiraciones propias de una filosofía de la cultura; pero al pretender indicar *quién* señorea y domina en el convivir, quiere reconocerlo en un "se" (*man*) impersonal y anodino, una especie de evanescente "opinión pública" espontáneamente brotada del "*ser-uno-con-otro*", tan inasible como ajena al fenómeno dirigista. *El quien no es este ni aquel, ni uno mismo, ni algunos, ni la suma de otros. El quien es cualquiera, es el "se"*. Y es cuanto basta para cerrar olímpicamente los ojos ante la concreción y la plenitud histórica, sin embargo, inspiradoras; para desconocer la existencia de un "*quien*" manejando *realmente* las riendas, en nombre de una ontología que ya no funciona en lo concreto, Jaspers y Scheler, quienes por distintos caminos desembocan en sendas concepciones de una comunidad con fundamento personalista, no plantean el problema cuando más cerca se encuentran de él. Premisas descriptivas como: *Lo que no se realiza en la comunicación no existe /…/En la comunicación me manifiesto a mí mismo en la otra persona* (Jaspers), o tales como: *El saber ser miembros de una sociedad no es un saber empírico, sino* a priori, *y antecede genéticamente a los grados de la llamada conciencia de mí mismo* (Scheler); premisas de esta naturaleza, pues, pudieron desembocar en importantes consecuencias explicativas de haber actuado, a manera de *trait-d'union*, un análisis de los modos y grados de tal comunicación, de sus traumas y contradicciones. Lo que es dado encontrar en sus obras, por el contrario, es un vago y apresurado cuestionar social sobre las *masas-rebaño* consideradas como el peldaño inferior y primario del convivir de las que se nos quiere señalar el pretendido momento genético en una especie de contagio imitativo no especificado, en una deformación endógena del con-ser, sin barruntar siquiera la presencia de actitudes deliberativas tendientes a masificar interesadamente al grupo social.

En la plenitud ética, sociológica o histórica, el *quien* es *siempre y necesariamente* un este o aquel, un alguien o la suma de "otros", aun cuando una mirada literaria o existencial solo perciba en su lugar lo indefinible y disuelto. Es la elite masificadora y monopolizadora de los medios de información; es el *dirigismo*, cuyas causas eficientes y finales pueden y deben ser desentrañadas por una sociología del saber, cuyos "expertos" y "funcionaros" pueden nombrarse y mirarse a la cara.

Despejado ya el camino para una búsqueda del "quién maneja las riendas" (que la sociología y la política justifican plenamente), aparece la primera y desconcertante contradicción: entre los dos términos que deberían resultar lógicamente implicados en la constitución de una cultura de masas, a saber: sus transmisores-creadores y las elites culturales, no aparece en muchos casos la menor relación. En la esfera de las elites con posibilidad de crear una cultura de masas, al menos cuatro estamentos se comparten —en régimen capitalista y según diferentes composiciones— los canales de información: el militar, el económico, el político y el religioso. Faltan los auténticos representantes de la Cultura. Pero son aquellos poderes, y no las elites del saber, los que crean y manipulan la cultura de masas.

La necesaria mediocridad de la alocución requiere, al límite, que los agentes creadores de la *mass-culture* exhiban el mismo grado de subdesarrollo de su producto: el *mensaje-ómnibus*, cuyo contenido no emana de ninguno de los niveles del auténtico saber, sino de los intereses del grupo. Ello justifica de sobra, desde una perspectiva cultural, la búsqueda del *cui prodest*, es decir, del *quién sale favorecido* en el manejo de los instrumentos arrebatados a la comunicación y a la difusión del saber. De todos los sectores teóricamente interesados en manejar una cultura de base, sólo el excluido, vale decir, el propiamente cultural, podría garantizar la transmisión a la colectividad de un saber autosuficiente, valioso en sí y fecundo; es decir, ni masificamente ni alienante, sino capaz de germinaciones y desarrollos. Las elites militares, económicas, políticas y religiosas no pueden actuar, al engendrar una cultura de masa, sino *pro domo sua*, dando origen a una "cultura" que es la alienación de *La Cultura* en favor de intereses de poder, confesionales, económicos, políticos, etc. Solo en aquellos casos excepcionales en que se produce o bien un enfrentamiento en el vértice entre grupos de poder, o bien su total disgregación por obra de alguna acción popular, quedan momentáneamente trastornados los férreos vínculos unilaterales entre la vieja elite y las masas y la relación de información es inmediatamente suplantada por la comunicacional. Una vez reconstruido el esquema, el sistema de información elite-masa vuelve a funcionar con toda su fuerza notificante, y nuevas formas de la alienación van tomando cuerpo, de consuno con los intereses de la elite de turno en el poder.

Otros rasgos de importancia han de señalarse para una definición de la cultura de masas que resulte fecunda en sus aplicaciones concretas. En primer término, debe fijarse con la mayor aproximación posible a cuál de los grupos de presión corresponde, en

una determinada estructura social, el papel de elite informadora. Todo parece indicar que, en la inmensa mayoría de los casos, son los sectores estatal y económico los que se disputan el predomino de los medios de información, como lo indica la gran querella entre Estado y libre empresa para el control de los *mass-media*. Los sectores militares y religiosos actúan, en este conflicto, un poco al margen o por interposición de los grupos primarios. De los dos sectores en pugna, el que aún podría garantizar —al menos teóricamente— una reincorporación de las elites culturales al círculo de los transmisores, es sin duda el estatal, siempre y cuando se tratase de un Estado no totalmente interferido por las fuerzas de la economía privada, y capaz de minimizar los más transitorios intereses políticos-gubernamentales en lugar de confundirlos con su alta misión rectora. (Una fuerza política en el poder que se deje corromper por presiones oligárquicas o que acate implícitamente el principio de *l'Etat c' est moi* mal puede garantizar, en efecto, la reincorporación de las más selectas elites culturales. El grupo de presión económica es, por constitución ideológica y clasista, totalmente opuesto a esa reincorporación: utiliza la cultura en la medida en que un producto de baja calidad requiere un engañoso envoltorio de lujo, o para coordinar científicamente la labor motivacional de alienación del hombre-masa. A la elite económica de la información no le queda más recurso que prostituir a la Cultura si quiere poseerla, ya que una cultura no prostituida tenderá siempre a rechazarla y aún a enjuiciarla por violación. La cultura no prostituible, por su lado, será victima del ostracismo y de la conspiración del silencio; como la Amalia kafkiana, la única que no quiso dejarse violar por los amos del Castillo. La sociología política ha señalado la contaminación en acto entre el sector económico y el político-profesional en las más altas esferas del poder. El triunfante hombre de negocios, ejemplo viviente de que "los ricos son los que saben", tiende a desplazar, por "experto", al político profesional de todos los puestos de mando. La lista de personal de las grandes empresas privadas sustituye a los cuadros de partido en la extracción de las elites dirigentes. Las oficinas gerenciales privadas reemplazan así a los comités directivos de los grupos políticos. Esta absorción de la elite política por parte de la económica tiene su más firme respaldo en el previo enmudecimiento masivo operado por el informador. Una colectividad previamente "notificada", enmudecida y anestesiada por la dominante información emanada de la esfera económica, mal puede considerar ilícito ni el asalto al poder perpetrado por los amos de su conciencia, ni el que estos actúen como funcionarios oficiosos de tal poder. *(Ha olvidado usted, Señor K..., que quienquiera que seamos, representamos por lo menos en este momento, ante usted, a los hombres libres, y eso no es una superioridad despreciable.* Kafka, *El Proceso)*. Una colectividad de esa naturaleza juzgará perfectamente normal que figuras políticamente anodinas, pero con grandes pasados empresariales, se instalen en los puestos clave de la administración pública, inclusive en los educacionales, pues la masificación insensibiliza y vuelve refractarios a un uso normal y sensato de los valores. Uno de los grandes síntomas de la masificacion de una cultura es, entonces, el deslizamiento de todo el poder de información desde las esferas cultural y estatal a la económica, como preludio a un mismo proceso en toda la extensión de los poderes públicos.

El predominio de esquemas relacionales al modo pareretico y masificante hace igualmente patente gracias al argumento justificativo que emplean sus agentes transmisores, en el cual es fácil descubrir una petición de principio. Cada vez que en el uso de los medios de masa se produce una extralimitación capaz de acarrear protestas, la gran justificación del transmisor es la de que él *ha dado al público lo que el público pide*. En el fariseísmo de esa respuesta no hay solo el afán de enmudecer definitivamente al hombre masa en sus últimos raptos de conciencia. Hay también la transposición a la esfera cultural de un argumento típico de la *forma mentis* mercantilista. El transmisor confiesa actuar con mentalidad de vendedor; solamente exhibe y despacha lo que, según él, solicita el cliente; y este solo razonamiento bastaría para demostrar que, allí donde surge, es una elite económica la que domina y manipula los medios de información. Un Estado, por disoluto que fuese, no podría esgrimirlo jamás. En la práctica, es más bien de rigor que los Estados contralores de los medios de masas no presten el flanco con argumentos absolutorios de ese tipo. Los países cuyos poderes públicos costean "terceros programas" radiales de alto nivel, o imponen un uso didáctico de la televisión, o fomentan un cine de calidad, o limitam la propaganda audiovisual a pocos minutos diarios, es posible que no estén dando a *algún sector* de la colectividad (seguramente al más parasitario), lo que ese sector desearía tener. Lo que sí es seguro es que tales poderes actúan en función de superiores intereses colectivos y que los medios así empleados pasan a desempeñar, al menos parcialmente, un más sano y decente papel de *difusores* del saber. Otro importante aspecto implícito en el argumento justificativo del transmisor es el siguiente: con el sofisma del *dar lo pedido*, el agente informador de la elite económica protesta su inocencia, mas al hacerlo está ratificando su inmarcesible fe en las concepciones más escépticas y negadoras de un humano progreso. No se limita, pues, a reservar un tratamiento infantil y dirigista al receptor-esclavo, sino que intenta escapar luego a todo enjuiciamiento, alegando una ineludible maldad humana de la que él no sería sino un exponente neutral. El informador de extracción económica da por cumplida la gran metamorfosis kafkiana de la persona en bestia, y de la bestia humana solo se dedica a alimentar los instintos primarios. Cuando afirma que sólo da lo que las masas piden, pretende salvar su responsabilidad en lo que a mediocridad y perversión del gusto se refiere, como si él no fuese el demiurgo que previamente trajo a la existencia tales vicios. Los fabricantes de *mass-culture* asientan su operar en el execrable criterio empírico de la no perfectibilidad humana o, a lo sumo, en la creencia de que aun siendo el hombre perfectible, no es función del informador la de promoverla. El "dar lo pedido" es el eterno argumento con que los empresarios de la cultura de masas (productores cinematográficos, gerentes de estaciones radiotelevisivas, publicistas, etc.) han defendido con éxito sus intereses, sobre todo en las sociedades más altamente masificadas por la elite económica; y la petición de principio implícita en su razonamiento consiste en dar por acordadas una maldad y una imperfectibilidad ónticas en el hombre que en realidad quedan por demostrar, y de cuya forzosa hipóstasis son ellos los más directos responsables. El enmudecimiento del hombre-masa, según vimos, no consiste solamente en cortocircuitar su facultad transmisora, sino en habilitarlo para que crea desear lo que el informador quiere que desee (metamorfosis). Circe cría a sus víctimas con pienso porcino, por haberlas *previamente* convertido en cerdos. Así la información manipulada por las elites económicas, después de coaccionar, frustrar, alienar y masificar al individuo, lo alimenta con pastura de esclavos irracionales, y en el solaz del receptor que se cree complacido en sus gustos hay el triste contentamiento de los seres metamorfoseados. Desaparecen entonces las nociones de saber como progreso dialéctico y de rigor intelectual propios de la personalidad perdida. Todo debe ajustarse al nivel de la *mediocritas* alocucional y notificante, que es el gran lecho de Procusta en el que cada quien debe encajar sin aspirar a la desalienación. Sumido en esa atmósfera conservatista de la pura pasividad receptora, donde lo individual queda reducido a su pura dimensión física y donde sólo flota un dejarse pensar no pensante, la burla y el deseo de destruir a los mejores se apodera del impotente hombre masa; lo cual produce la sordera al saber, al arrinconamiento de las elites culturales y el consabido divorcio pueblo-cultura. Las elites dirigistas, entonces, pueden reafirmar y practicar impunemente las técnicas destinadas a conservar a las masas atomizadas y revueltas en sus infranqueables limitaciones. Detalle típico de una cultura totalmente informada por las elites económicas (que son, como vimos, las de más alto potencial masificador) es, por ejemplo, el siguiente: nadie tiene en ellas un órgano de difusión hecho a la medida exacta de *sus* aspiraciones sino la derecha conservadora, o sea, la propia elite del poder fabricante de la

mediocridad ajena (caso nada accidental en países subdesarrollados o en estado semicolonial). Otro detalle significativo: no existen, o mueren por inanición al nacer, las organizaciones o instituciones públicas destinadas a defender intereses colectivos que no sean los puramente materiales, o que no reciban el "amparo" de los poderes públicos. Muchos países carecen así de asociaciones voluntarias para la protección de intereses culturales (por ejemplo, las Asociaciones de Radiotelevidentes); síntoma éste, de la total inanición que define a las sociedades altamente masificadas y que existen afuera de una elite notificante. Otro caso, más sintomático aún de una cultura de masas, es el auge que en ella adquiere el llamado "truco vocacional". (Los "expertos" de la información, por ejemplo, no exhiben cultura, sino "vocación"). La unidad-unificada del hombre-masa es llevar a creer que puede libremente elegir un proyecto de vida el cual, en realidad, es obra de la coacción ejercitada por la atmósfera mercantilizada y masificada en la que se halla sumergido. La vocación es el vestigio nominal de una libertad ya alienada; pero su exaltación constituye un sutil expediente con el cual, una vez más, el hombre-masa cree haber deseado lo que le obligan a desear los imperativos de la *mass-culture*. Una vez motivado en sus deseos, el individuo puede elegir el que más le guste, pero todos los proyectos vocacionales funcionarán como las alternativas del antiguo dilema, cuyas respuestas *siempre* favorecían a la Esfinge. En este caso, es la elite del poder la que, al auspiciar la "libertad de vocación", recoge los frutos de una disgregación individualista que no tiene conciencia de su poder como colectividad. El "truco vocacional", en efecto, favorece el statu quo de una estructura social masificada, paraliza el progreso funcional y bloquea las superiores instancias sociales. Gracias a él, por ejemplo, una sociedad necesitada de agrónomos o de veterinarios seguirá produciendo abogados; urgida de descentralización profesional, continuará abultando la concentración profesional urbana, etc.

Es forzoso admitir que muchos exponentes de una cultura de por sí no alienada caen inconscientemente en la misma petición de principio del gran sofisma justificador. Son todos aquellos intelectuales que temen la relación dialogal y que titubean ante la menor elevación de tono en la forma de pensar y de exponer, comunicar y difundir su saber. De tanto bajar el nivel y el rigor para que todos lo entiendan, estas víctimas de la masificación terminan por pensar sin ningún nivel ni rigor y por producir, ellos también, un saber masificante de pura información. Ellos se prestan así al juego de la mediocridad y corroboran la tesis de la imperfectibilidad humana. Un tono vigoroso y denso es desalienante para algunos. Un tono banal es masificante siempre y *para todos*; vuelve a parecerse extrañamente al mensaje *ómnibus* de la informante alocución y fija la mediocridad colectiva sin favorecer la germinación del con-saber. Por la cantidad de tales "colaboracionistas" también puede inferirse el estado de masificación de una cultura. Ellos contaminan todas las esferas de la comunicación y de la difusión del saber, al traer a éstas los vicios de la relación de información. Son los escritores y ensayistas que solo piensan en el lector mediocre, el profesor que se adapta al nivel de preparación de sus peores alumnos, el arquitecto que se prostituye ante el mal gusto de su cliente, el gobernante que, a fuer de quererlos contentar a todos, no satisface a nadie. Son los adictos al compromiso y a la componenda; los pávidos que temen a la aristocracia intelectual porque no la constituyen; los incapaces de pensar por categorías finalistas o de asignarle una clara función a su saber; los cansados corifeos de una cultura de masas cuyo prototipo secreto seguirá siendo, entonces, el informador en propiedad: es decir, "el que sabe de verdad", o sea, el rico.

Si abrigamos el propósito de dar vida a un esquema puramente formal que pueda luego utilizarse para definir concretamente la cultura de masas en las distintas estructuras sociales, no hemos de limitarnos a explicar los factores causales (el *cui prodest*) ni a desenmascarar tras el sofisma mercantilista (el *doy lo que piden*) el predominio de las elites económicas en la información. Igual interés hemos de demostrar por una última cuestión básica de difícil esclarecimiento. La implicación antes señalada entre tipos de convivencia y medios de comunicación de su saber, ¿se extiende a las últimas diferencias específicas hasta convertirse en pura relación causal? Es decir: ¿un tipo de *mass-media* dominante engendrará un tipo especial de masificación? ¿Podemos sondear en ese sentido con base en la diferencia entre informaciones "logísticas" e informaciones "alógicas"?

Hemos señalado la existencia de implicaciones dialécticas entre relación de información y cultura de masas. Hemos evidenciado posteriormente la aparición de una diferencia específica entre medios vehiculadores de mensajes "lógicos", de signos verbales o discursivos, y "alógicos", o de signos audiovisuales o presentativos. ¿Es factible —y a ello apunta la pregunta anterior— que sin alterar los caracteres básicos de una relación de información, podamos ulteriormente diferenciar entre procesos de masificación con predominio de informaciones "logísticas" y procesos con predominio de informaciones "alógicas"? Al parecer, una respuesta por vía deductiva solo sería posible acudiendo al uso de premisas que no pasan de hipotéticas, con lo que se corre el riesgo de obtener consecuencias problemáticas. No es posible, en rigor, inferir la existencia de distintos tipos de masas de análogas diferencias específicas entre la alocución verbal y la alocución audiovisual, puesto que tal diferencia de lo verbal y de lo audiovisual, si bien puede objetivamente establecerse en un contexto semiótico que parta de la distinción entre signos, no es igualmente demostrable en sus aspectos subjetivos, es decir, en el nivel de su interpretación y comprensión. Para diferenciar sociológicamente entre tipos de masas sobre la base de los caracteres subjetivos de la información masificante, debería poderse demostrar: 1° Que los canales verbales y los audiovisuales vehiculan siempre distintos mensajes significantes; 2° Que estos dan lugar, en el receptor-interpretante, a procesos de percepción y comprensión básicamente diferenciados; 3° Que cada tipo de comprensión, suscitado por estímulos específicamente distintos, origina a la postre culturas y dinamismos sociales básicamente diferenciados. La proposición inicial es verdadera, y así quedó demostrado. Pero la legitimidad de la conclusión reposa enteramente en la verificabilidad de la premisa menor, que solo es dada aquí a título postulativo. Lo que ella expresa es casi seguramente verdadero, y su definitiva verificación experimental vendría a confirmar que las implicaciones entre tipo de sociedad y medios-comunicantes-del-saber se extienden hasta las últimas inferencias posibles. Pero todos los argumentos lógicos destinados a demostrarlo aguardan aún la ratificación científica que solo la psicología puede aportar. No corresponde a este conjunto de definiciones traer a discusión los teoremas que abonan la tesis de la premisa menor, pues la alejaría demasiado de sus reducidos propósitos sociológicos. Tales argumentos, en suma, pretenden demostrar que los signos verbales inducen una interpretación *primaria* de tipo racional (ya que racional es la operación de desentrañar el significado imbricado en el signo-palabra), mientras que los signos iconográficos, por ejemplo —y máximamente los cinematográficos en general—, inducen en el interpretante una comprensión *primaria* de tipo afectivo (puesto que ante la imagen, al presentársenos el bloque signo-significado en un mismo plano de patencia, huelga la operación racional de desentrañamiento; mientras que, por otro lado, la situación especial en que se efectúa la "lectura" del contexto iconográfico prescinde igualmente de toda participación activa sin embargo evocada: reacciones, respuestas de todo tipo, produciendo una descarga de la doble inhibición racional-voluntaria por la vía de lo emocional).

Esta situación racionalizada pero no del todo comprobada, no es tal que pueda justificar por vía deductiva una tipificación de las sociedades de masas gracias a un simple paralelismo con los diferentes tipos de información. De ser así, llegaríamos de una vez a concluir en la existencia de la masificación de tipo "logístico" y otra de tipo "emocional" o irracional. Pero el camino de las inducciones parece estar igualmente erizado de obstáculos. Tampoco

poseemos, en efecto, resultados experimentales suficientemente probatorios de que exista alguna concreta diferencia entre la interpretación, comprensión, velocidad de respuesta, fijación del contenido, etc., correspondientes a estímulos significantes de tipo verbal y de tipo audiovisual. Los experimentos pedagógicos realizados en ese sentido, por ejemplo, deben tomarse con mucha precaución, pues sus resultados serán si acaso indicativos para la comunicación y la difusión del saber, pero no para la relación de información *stricto sensu* en el esquema informador-masa. Los experimentos sobre estructuras sociales parciales más amplias son, por su parte, muchísimo menos numerosos, y casi siempre tienden a enfocar aspectos no específicamente diferenciales, como los que interesarían aquí. Una comprobación sobre estructuras sociales globales ciertamente no se ha realizado nunca, por lo que no es dado asentar con rigor experimental si existe alguna diferencia entre los residuos culturales de una colectividad sometida a informaciones prevalentemente verbales, y los de otra sometida a informaciones prevalentemente audiovisuales. Si una mutua implicación dialéctica entre información y masificación de la cultura resultó claramente demostrable, una misma y más específica implicación entre *tipos* de estructura de masas y *tipos* de información no lo es tanto, ni por la vía de la deducción ni por la de la observación. Sin embargo, todos creemos con firme intuición (por ahora) que tal diferencia ha de existir; que entre una masificación por la palabra y una masificación por la visión y la audición ha de mediar una gran diferencia; que posiblemente ni siquiera exista una auténtica masificación por la vía de los canales "logísticos", pero sí por la vía "alógica" de la información audiovisual; que quien lee piensa, y quien piensa se conserva despierto y uno, mientras que el vidente y el oyente solo sienten y se emocionan pasivamente, etc., etc. Hemos demostrado que la elección de un canal comunicante revierte sobre el coeficiente sintáctico del mensaje vehiculado, modulándolo a su manera. Esta segunda diferencia de tipo objetivo es la base lógica inicial que permite formular la hipótesis de una implicación específica final entre medio empleado y tipo de masificación del receptor. Al "decir-ordenando" le es indiferente, en principio, fluir por canales de información verbales o audiovisuales. Pero también sabemos que el *verbum*, en su poder omnisignificante, puede abarcar todo lo pensable, mientras que lo visual sólo abarca la esfera de lo sensiblemente intuible. También por esta vía, entonces, tiene alguna justificación lógica nuestra diferenciación, pues si la alocución "logística" es multifacética y la "alógica" monódica, el predominio de ésta habrá de sedimentar necesariamente en los receptores tipos de saber de contenido más limitado y circunscrito a las posibilidades expresivas y comunicativas de lo visual. Creemos firmemente que la intencionalidad de nuestra conciencia ante el signo verbal y visual no es estructuralmente la misma. Si la palabra "rosa" es, en cuanto palabra, una abstracción total a cuyo *significatum* sólo es posible remontar mediante procesos racionales, su imagen es, en cuanto imagen, el "espectro" de la rosa, su doble o fantasma, por lo que las implicaciones racionales quedan aquí al menos parcialmente sustituidas por factores funcionales inconscientes, fetichistas, emocionales en general. Estos tres argumentos deberían, pues, abonar la tesis de una diferenciación sociológica entre masas por vía del canal informativo utilizado en el proceso de masificación. Todo lleva entonces a *suponer con bastante verosimilitud* que la información de tipo audiovisual es, en propiedad, la más irracional e irracionalizadora de cuantas producen una masificación del contexto social en que actúan, que es tanto como decir: el medio masificador más operante de todos, ya que no se dirige al receptor como ente racional y por eso diversificado, sino al receptor-masa y a sus aglutinantes irracionales: lo instintivo, lo afectivo, lo inconsciente colectivo, etc. La información audiovisual, por lo tanto, estaría en capacidad de agudizar y acelerar los procesos de coacción, frustración, alienación y masificación implícitos en toda relación de información; y sea ésta una diferencia (si no de especie, al menos de grado), seguramente deducible de todo lo anterior. Sabemos que la difusión en escala mundial de instrumentos aptos

para multiplicar las relaciones informativas de tipo audiovisual, "alógico" o "presentativo" (pantallas, radio y telerreceptores) ha superado numéricamente, hace bastantes años, la cantidad absoluta de vehículos para la información "logística" (periódicos, impresos en general de tipo *ómnibus*). En los países culturalmente subdesarrollados, tal desproporción es aún más pronunciada, pues el elevado porcentaje de analfabetos y las deficientes comunicaciones territoriales dificultan a la información impresa el alcanzar a todos sus receptores potenciales; dificultades que casi no confrontan, ni objetiva ni subjetivamente, la radio, el cine o la televisión.

Si juzgamos verosímil nuestra conclusión anterior (de que los medios de información audiovisual aceleran la masificación social) y si en los países culturalmente subdesarrollados hay un predominio real de medios audiovisuales, la grave consecuencia (que hemos de aceptar como una primera terapéutica de la desalienación), es que tales sociedades subdesarrolladas son, a la vez, las más esclavizadas y masificadas del mundo.

Pasquali, Antonio (1963). **"Teoría de la Comunicación: las implicaciones sociológicas entre información y cultura de masas. Definiciones". Extracto de** *Comunicación y Cultura de Masas*. Caracas, Venezuela, Monte Ávila Editores. Reproducción autorizada por el autor.

Lo que la comunicación masiva puede hacer y lo que puede ayudar a hacer por el desarrollo nacional

Extracto de *Medios de comunicación y desarrollo nacional*

Wilbur Schramm

Cómo se produce el cambio social

El aumento del número de radios, diarios y cinemas no traerá necesariamente aparejado un incremento proporcional en el índice de cambio social. La mera multiplicación de mensajes y canales no es suficiente. Por ejemplo, en varios países ha quedado demostrado que agregar un programa de radio sobre agricultura no ha logrado mucho por sí solo en la adopción de nuevas prácticas (Dube 1958). No obstante, un programa de preguntas y respuestas sobre prácticas agrícolas en Jordania ha resultado muy útil, y la combinación de emisiones radiales con el debate grupal ha sido de gran ayuda para provocar el cambio (Schramm y Winfield 1963, Mathur y Neurath 1959). La radio no ha resultado útil, por lo general, en la alfabetización, pero sí en las escuelas (Xoomsai y Ratamangkala 1960). Es evidente, a partir de ejemplos como éstos, que hay ciertas tareas —y otras no— que los medios masivos pueden llevar a cabo, que harán algunas mejor que otras y que el "cómo" se utilizan estos medios influye mucho en su eficacia. Por lo tanto, necesitaremos consi-

derar alguna evidencia sobre el modo en que los medios pueden utilizarse eficazmente al servicio del desarrollo nacional.

Al servicio del desarrollo nacional, los medios masivos son agentes del cambio social. El cambio social específico que se espera que ayuden a lograr es la transición a nuevas costumbres y prácticas y, en ciertos casos, a relaciones sociales diferentes. Detrás de esos cambios de comportamiento debe haber necesariamente cambios sustanciales en las actitudes, las creencias, las destrezas y las normas sociales.

¿Cómo se provocan cambios como los mencionados? Pueden producirse lentamente, en el devenir histórico normal, mediante el contacto continuo con otra cultura que conduce al préstamo de costumbres y creencias. Pueden aparecer más rápidamente (aunque quizás resulten menos permanentes) por la fuerza; por ejemplo, cuando un conquistador o gobernante *impone* nuevas pautas de comportamiento. El tipo de cambio que la mayoría de países en vías de desarrollo buscan hoy en día no es ninguno de los mencionados. Se pretende que sea más más rápido que el cambio histórico moderado y menos violento que el proceso de cambio forzado. Que apunte al desarrollo voluntario en el que participarán muchas personas y los mejor informados ayudarán a los menos informados. En lugar de la fuerza, se prefiere la persuasión y la provisión de oportunidades; en lugar del ritmo normal de la aculturación, un mayor flujo de información.

El mecanismo de dicho cambio es, en esencia, sencillo. Primero, la población debe tomar conciencia de una necesidad no satisfecha por las costumbres y comportamientos vigentes. Segundo, debe inventar o tomar prestado un comportamiento más cercano a la satisfacción de esa necesidad. Un país que procure que su población tome conciencia, de la manera más amplia y rápida, de sus necesidades y de las oportunidades para satisfacerlas, facilitará el proceso de decisión y ayudará a poner en ejecución nuevas prácticas fácilmente y con celeridad.

A primera vista y superficialmente, el proceso parecería sencillo. En realidad, está lejos de serlo.

Articulación cultural

Una razón por la que no es sencillo es que toda costumbre o práctica que deba ser reemplazada o introducida guardará una estrecha relación con otras costumbres y creencias. La organización social es un todo interrelacionado; un cambio en una parte se sentirá en otras y un cambio en cualquier aspecto del comportamiento humano se reflejará en otros aspectos. Por lo tanto, cuando pensamos en el cambio social debemos pensar en función del cambio que el mismo producirá en la *sociedad total* y en el *hombre total*.

[...] Por consiguiente, la connotación práctica de la articulación cultural es que cualquier elemento del cambio social debe considerarse sobre una base muy amplia, para prever los efectos secundarios y las resistencias, aprovechar las relaciones ahí donde sea posible y facilitar la transición. Para ello, es necesario conocer bien la cultura y comprender el modelo global de vida del que forma parte el cambio propuesto. ¿Qué *significaría* ese cambio para la gente a la que se pide que cambie? Ésa es la pregunta pertinente.

Relaciones grupales

Otra razón por la que el cambio social es complicado es que se deben tomar siempre en cuenta las relaciones grupales. Son los individuos los que tienen que cambiar, pero estos individuos viven en grupo, trabajan y juegan en grupo, disfrutan la mayoría de experiencias que más valoran en grupo. Muchas de las creencias y valores más arraigados son normas grupales: las mantienen en común y las defienden mutuamente. Es muy difícil que un individuo se vuelva contra una norma grupal sólida, pues en ese caso todo el grupo debe cambiar o ese individuo encontrar un nuevo grupo.

En la práctica, ello significa que el cambio social es mucho más fácil cuando no contraviene las normas del grupo. Pero muchas de las normas grupales de casi todas las sociedades tradicionales son hostiles a la modernización. Entre esas normas se encuentran las creencias religiosas acerca del fatalismo y la incapacidad del hombre ante la naturaleza; los tabúes que impiden matar seres vivientes sin importar lo peligrosos que puedan resultar para la salud y los cultivos; la idea de que el trabajo fuerte es denigrante; y, la costumbre de contraer deudas cuantiosas para bodas y dotes. En el proceso de modernización, es imposible evitar hacerle frente a algunas normas grupales. La cuestión es cómo hacerlo.

[...] Introducir una *comprensión de la participación* en la toma de decisiones sobre el cambio social es, por consiguiente, una manera en la cual un programa eficaz puede tomar en cuenta las relaciones grupales. Una segunda es hacer uso de los canales de comunicación e influencia ya existentes en la comunidad donde se desea el cambio. Es un axioma que un agente del cambio comienza a trabajar con el liderazgo. Dube nos relata cómo los trabajadores agrícolas de una aldea de la India cometieron el error de trabajar con los funcionarios políticos elegidos, que reaccionaron con entusiasmo, pero no tenían ninguna influencia en las prácticas agrícolas. Como descubrieron posteriormente los visitantes, los dirigentes campesinos eran personas totalmente diferentes a los funcionarios políticos (Dube 1957). En la aldea hay muchos niveles y funciones especializadas y, para trabajar con eficacia en esa cultura, hay que conocer y saber utilizar estos niveles y funciones.

Más aún, es obvio que muchas clases de cambio social resultan amenazantes para las relaciones sociales y las posiciones de autoridad antiguas. La familia extensa, por ejemplo, se ve amenazada cuando los hombres jóvenes van a trabajar en las fábricas o se mudan a la ciudad. Los hombres jóvenes educados tienden a ser impacientes con los dirigentes tradicionales. Las aptitudes técnicas y la economía monetaria ofrecen a las personas alternativas ocupacionales y, por consiguiente, un grado de autodeterminación que no tenían anteriormente. Como resultado, nuevas concentraciones de poder, nuevos dirigentes y nuevos grupos de trabajo plantean un reto a los dirigentes y modos de relación antiguos. Siempre existe cierto grado de fermento social relacionado con el desarrollo económico y social.

En la práctica, ello significa que así como se debe conocer la articulación cultural, también es necesario conocer las relaciones sociales, si el objetivo es acelerar y facilitar el cambio social en la cultura.

Modernización de las aptitudes

Algo que también complica el cambio social es que en muchos casos los cambios exigen que las personas adquieran nuevas destrezas. Cuando el desarrollo que normalmente tomaría siglos se comprime en unas cuantas décadas y, particularmente, cuando una sociedad pasa a la tecnología —como es el caso de los países en vías de desarrollo en la actualidad— suele ser difícil enseñar aptitudes con la rapidez suficiente. Si mañana se construyera una pequeña fábrica en una aldea de África o Asia, no se contaría con obreros calificados para hacerla funcionar. Cuando se distribuyen radios en las aldeas, no hay técnicos locales para repararlas y si un tubo o un condensador se malogran, pueden descansar en paz y en silencio para siempre.

Por consiguiente, todo cambio social orientado a la modernización exige un programa de enseñanza de las aptitudes necesarias. Algunas son aptitudes generales; por ejemplo, ninguna sociedad llegará a modernizarse mayormente hasta que una parte sustancial de su población sepa leer y contar. Otras son bastante específicas; por ejemplo, la reparación de radios y maquinaria agrícola, el trabajo con herramientas mecanizadas, la contabilidad, la medición del terreno, la medicina y far-

macia. Casi siempre, la oferta de aptitudes como éstas es escasa cuando se inicia el desarrollo, y una de las grandes tareas para facilitar el cambio social es lograr que las aptitudes técnicas y el desarrollo técnico avancen al mismo ritmo, de modo que la tecnología no tenga que esperar por los trabajadores ni los trabajadores por máquinas y puestos de trabajo.

Consecuencias para los medios de comunicación masivos

Lo que acabamos de decir sugiere dos generalizaciones relativas a la eficiencia de los medios de comunicación para lograr el cambio social.

Ante todo, es evidente que los medios corren el riesgo de ser ineficaces —en realidad, contraproducentes— si se utilizan sin el conocimiento debido de la cultura local en la que van a ser recibidos. Esto es cierto en cualquier comunicación, sea ésta masiva o interpersonal, pero lo es particularmente en el caso de los medios masivos porque abarcan grandes áreas, funcionan a distancia y obtienen menos respuesta de su público. Un trabajador que habla en una aldea con un agricultor acerca del arado topográfico puede saber de inmediato si lo están comprendiendo, pero si habla por la radio a varios centenares de aldeas, algunas de las cuales no ha conocido jamás, el mismo trabajador puede no llegar a saber nunca si sus oyentes lo han comprendido, y definitivamente no lo sabrá a tiempo para efectuar algún cambio en el contenido de lo que está difundiendo por la radio. Por lo tanto, un uso eficaz de los medios masivos para el desarrollo económico y social supone que deberían ser lo más "locales" posible. Sus programas no deberían originarse más lejos de lo necesario de su público, deberían ser elaborados por personas conocedoras de las culturas a las que se dirigen y los medios deberían estar a disposición de las audiencias para que éstas, a su turno, puedan informarles al respecto.

En los países desarrollados las campañas han fallado, una tras otra, porque quienes las desarrollan han malinterpretado o malentendido la situación local.

[...] Las tareas de comunicación que subyacen tras los cambios sociales del desarrollo nacional son de tres clases. Primero, la población debe tener *información* acerca del desarrollo nacional. Su atención debe centrarse en la necesidad de cambio; las oportunidades que invitan al cambio; los métodos y medios del cambio y, si fuera posible, debe plantear sus aspiraciones para ella misma y para su país. En segundo lugar, debe haber oportunidad de participar inteligentemente en el *proceso de decisión*: el diálogo tiene que ampliarse para incluir a todos los que deben decidir si cambian; los dirigentes deben tener una oportunidad de dirigir y la gente común y corriente de ser escuchada; se debe poner en claro la problemática del cambio y abordar las alternativas; y, el flujo de información debe transitar tanto hacia arriba como hacia abajo por la jerarquía. Y tercero, *las aptitudes necesarias deben ser enseñadas*: se debe enseñar a leer a los adultos; educar a los niños, los agricultores deben aprender métodos modernos de cultivo; profesores médicos, ingenieros deben ser entrenados; los trabajadores deben dominar destrezas técnicas; el pueblo en general tiene que aprender más acerca de cómo mantenerse sano y fuerte.

[...] No es casual que estos tres grupos de tareas de comunicación correspondan a las tres funciones básicas de la comunicación: la de vigilante, la de encargado de adoptar decisiones y la de profesor. Éstas son las tareas fundamentales de la comunicación en una sociedad, sea tradicional o en vías de modernización. La única diferencia es que cuando una sociedad está en el fermento del cambio social y económico rápido, todas las necesidades se intensifican.

¿Cuáles de estas tareas pueden realizar los medios masivos por sí solos y cuáles pueden solamente ayudar a realizar? A partir de lo que sabemos ahora sobre los medios en los países en vías de desarrollo, podemos decir lo siguiente:

El primer grupo de tareas —las funciones de vigilancia y de información— está dentro de la capacidad de los medios de manejarlas directamente. Lo cierto es que sin los medios sería imposible manejarlas en los tiempos que proponen los países en vías de desarrollo.

El segundo grupo —las funciones de toma de decisiones— consta en su mayoría de funciones que los medios sólo pueden ayudar a realizar. Éstas exigen, en muchos casos, la decisión del grupo; demandan cambiar actitudes, creencias y normas sociales muy arraigadas y, por consiguiente, los mecanismos de la comunicación interpersonal son los esenciales. Demás está decir que los medios masivos pueden ser de suma utilidad suministrando información al debate, transmitiendo la palabra de los dirigentes y poniendo los asuntos en claro. No obstante, su papel es secundario.

El tercer grupo de tareas —las funciones de enseñanza— puede ser abordado en parte directamente y en parte conjuntamente con los comunicadores interpersonales. Por ejemplo, el mejor uso que se puede hacer de los medios en la educación probablemente sea en un aula como parte de una experiencia educativa integral, con la orientación de un profesor; pero donde no hay profesores ni escuelas, o cuando su capacitación es insuficiente, los medios pueden suplir las deficiencias. Del mismo modo, es muy difícil que la radio (para tomar el ejemplo más común) haga el mismo trabajo que haría un agente calificado de demostración al impartir una nueva aptitud agrícola, pero una vez que ésta se aprende, la radio puede ser de gran ayuda suministrando información adicional, respondiendo preguntas, informando acerca de resultados y otras funciones análogas.

Ello puede hacer que la distinción parezca más sencilla de lo que es. Por lo tanto, veamos en más detalle lo que los medios *pueden* hacer y lo que pueden *ayudar* a hacer en las tres grandes tareas de la comunicación.

Lo que los medios masivos sí pueden hacer

Los medios como vigilantes

Las personas que viven en sociedades en las que los medios masivos son comunes, a veces olvidan lo mucho que pueden aprender de ellos, pese a que durante 300 años el libro impreso ha sido el fuerte brazo derecho de la educación pública. En todo lugar donde ha habido diarios, éstos han sido los principales informantes de lo que sucede ahí donde no llegan nuestros sentidos; es más, generaciones enteras de personas se han formado su idea del mundo que trasciende lo local en gran medida a partir de lo que han llegado a conocer por los diarios (y, más recientemente, por la radio, las películas, la televisión y las revistas de actualidad). Todo aquel que haya experimentado las películas y la ficción impresa se ha percatado de las huellas extraordinariamente duraderas que dejan en el recuerdo. Escenas, personajes, argumentos, frases permanecen vívidos, como parte de los recursos utilizables con que uno cuenta, muchos años después de haberlos visto o leído por primera vez. Los padres señalan, no siempre con aprobación, cómo los niños aprenden los "comerciales cantados", los lemas, el vocabulario y las costumbres de la televisión, sin habérselo propuesto y sin siquiera percatarse de que están aprendiendo. Dicho de otro modo, toda nuestra experiencia con los medios masivos ejemplifica lo fácil que es aprender de ellos, voluntaria o involuntariamente.[1]

Debido a la capacidad de los medios de divulgar e informar con tanta eficacia, podemos sostener con toda seguridad que pueden prestar ciertos servicios esenciales para un país en vías de desarrollo.

Los medios masivos pueden ampliar los horizontes

En una sociedad tradicional son muchos los que consideran, correctamente, que los medios tienen una cualidad mágica cuando se encuentran con ellos por primera vez. Son mágicos, le dijo un africano sabio a este autor, porque "pueden llevar a un hombre a lo alto de una montaña más alta que ninguna de las que podamos ver en el horizonte y dejarlo ver más allá". Son mágicos porque pueden "dejar que un hombre vea y escuche donde nunca antes había estado y conocer gente a la que nunca ha visto personalmente". E incluso cuando el aura de magia se ha disipado, pueden ayudar a los habitantes de un país en vías de desarrollo a conocer cómo viven otros y, por consiguiente, considerar sus propias vidas con nuevos elementos para discernir. Son una fuerza liberadora porque pueden derribar las barreras de la distancia y el aislamiento y trasladar a las personas de una sociedad tradicional a "La Gran Sociedad" donde todas las miradas se dirigen al futuro y a lugares lejanos. Como dice Pool (1958), "donde toda firma comercial debe prever los deseos de clientes desconocidos, todo político los de electores desconocidos; donde la planificación tiene lugar con miras a un futuro muy distinto; donde los actos de personas de culturas bastante diferentes pueden incidir en nuestra vida diaria".[2]

Un motivo por el que ello es importante para cualquier país en vías de desarrollo es que ayuda a generar el atributo de la empatía. Daniel Lerner, quien ha escrito mejor que nadie acerca del tema, considera que la empatía es el atributo básico y fundamental que las personas de un país en vías de desarrollo deben tener, porque, sostiene:

> «[...] ello permite que las personas que recién acceden a la movilidad social se desempeñen eficientemente en un mundo cambiante. La empatía, para simplificar el asunto, es la capacidad de verse en la situación de otro. Ésta es una aptitud indispensable para quienes salen de entornos tradicionales. La capacidad de empatía puede llegar a marcar la diferencia; por ejemplo, cuando las personas que recién acceden a la movilidad social son pobladores de aldeas que crecieron conociendo a todas las personas, el papel de cada una y las relaciones que había en su entorno. Fuera de su aldea o su tribu, cada uno debe conocer personas nuevas, identificar nuevos papeles y aprender nuevas relaciones en las que participa. [Una gran capacidad de empatía] constituye el estilo personal que predomina únicamente en la sociedad moderna, característicamente industrial, urbana, alfabeta y participante. La sociedad tradicional no es participante: organiza a las personas por el parentesco en comunidades aisladas tanto entre sí como de un centro; sin una división del trabajo urbano y rural, crea pocas necesidades que exijan interdependencia económica y, sin vínculos de interdependencia, los horizontes de las personas están limitados por la localidad y sus decisiones involucran a otras personas conocidas en situaciones conocidas. De ahí que no exista la necesidad de [...] una "ideología" nacional que permita que las personas que no se conocen entre sí logren un "consenso" mediante el intercambio de opiniones.
>
> «Pero la sociedad moderna es participante en el sentido de que funciona por "consenso": quienes toman decisiones personales respecto de asuntos públicos deben coincidir frecuentemente con otros a quienes no conocen para hacer posible una gobernabilidad común estable. Uno de los distintivos de este logro histórico en la organización social que llamamos Sociedad Participante es que la mayoría pasa por la escuela, lee diarios, recibe pagos en efectivo por empleos que son legalmente libres de cambiar, compra bienes a cambio de dinero en un mercado abierto, vota en elecciones que deciden efectivamente entre candidatos que compiten y expresa opiniones sobre temas que no son de su incumbencia personal. Algo especialmente importante para el Estilo Participante es la enorme proporción de personas de las que se espera que "tengan opiniones" sobre asuntos públicos y, como corolario, de personas que esperan que sus opiniones sean importantes» (Lerner 1958).

De este modo, los medios, al acercar lo que está lejos y hacer comprensible lo que se desconoce, pueden ayudar a que se produzca la transición de la sociedad tradicional a la moderna.

Los medios masivos pueden concentrar la atención. En la sociedad moderna, gran parte de nuestra imagen de los entornos lejanos proviene de los medios masivos. A medida que la sociedad tradicional pasa a la modernidad, comienza también a depender de ellos. Por consiguiente, gran parte de las ideas acerca de quién es importante, quién es peligroso, qué es interesante, entre otras, derivan necesariamente de los medios. Los diarios, la radio, las revistas —en su función de vigilantes desde lo alto— deben decidir qué dar a conocer. Este acto de libre albedrío —escoger sobre quién escribir, hacia quién enfocar la cámara, a quién citar, qué sucesos registrar— determina en buena medida lo que la gente sabe y de lo que habla.

Es así que, por ejemplo, en países donde los medios son comunes, un candidato político tiene pocas posibilidades si la gente no lo ha llegado a conocer bien a través de ellos. En los estudios exhaustivos de campañas electorales, la conclusión general ha sido que los medios no modifican directamente la decisión de voto de una gran parte del electorado, pero sí tienen mucho que ver en los temas o las personas de las que se habla durante la campaña.[3] Al centrar la atención en ciertos temas en desmedro de otros, son capaces de hacer que estos temas tengan un papel más importante en la campaña. Muchas campañas publicitarias tienen también por objeto dirigir la atención hacia una marca o producto. Esto es particularmente cierto en casos en que hay poca diferencia entre productos que compiten salvo el nombre de la marca. En esos casos, la publicidad ha demostrado el poder de los medios para mantener la atención del público en una marca y no en otras (Lucas y Britt 1950).

Lo anterior es un tema importante para los países en vías de desarrollo, porque significa que se puede mantener la atención del público en el desarrollo. El interés puede dirigirse periódicamente a una nueva costumbre, un nuevo comportamiento, una nueva práctica agrícola o de salud, una recompensa por modernizarse o por algo que es necesario cambiar. Al dirigir la atención a ciertos temas o asuntos de esta índole, los medios pueden también controlar algunos de los temas de la comunicación interpersonal. Los dirigentes de un país en vías de desarrollo irían personalmente, si pudieran, a cada grupo pequeño de su país a introducir en su mente un problema del desarrollo o una idea u oportunidad para pensar o abordar. No pueden ir personalmente a muchas aldeas o a muchos grupos, pero sí difundir ampliamente ideas y temas a través de los medios.

Los medios masivos pueden elevar las aspiraciones. La historia de la publicidad, el éxito de las ventas por catálogo y los muchos casos en que las familias han trabajado mucho para alcanzar el nivel de vida que han visto a otros disfrutar o para adquirir un artículo del que sólo han leído o escuchado o que han visto en fotos, nos alienta a creer que los medios masivos podrían elevar las aspiraciones de su público en culturas en desarrollo, así como en las muy desarrolladas.

Si lo anterior es cierto, estamos ante un tema de gran importancia para los países en vías de desarrollo. Estos países necesitan despertar a sus pueblos del fatalismo y el temor al cambio. Necesitan incentivar tanto las aspiraciones personales como las nacionales. Las personas deben llegar a desear una vida mejor que la que tienen y estar dispuestas a trabajar para lograrlo. Como ciudadanos, deben aspirar a la fortaleza y la grandeza de su nación. ...

[...] Así, *los medios masivos pueden crear un clima para el desarrollo*. En suma, podemos decir que los medios masivos pueden contribuir sustancialmente a la cantidad y clases de información disponibles para la población de un país en vías de desarrollo. Pueden ampliar los horizontes y ayudar así a generar empatía; pueden dirigir la atención a los problemas y las metas del desarrollo; pueden elevar las aspiraciones personales y nacionales; y todo esto lo pueden lograr en gran parte por sí solos y directamente. Ello equivale a crear un "clima" informativo

propicio para el desarrollo. Al mostrar los equipos modernos y la vida de sociedades desarrolladas, al difundir noticias sobre el desarrollo desde lugares lejanos, al llevar informes políticos, económicos, sociales y culturales desde otros lugares del país y del mundo, los medios pueden crear un clima intelectual que estimule a las personas a reconsiderar sus prácticas actuales y sus perspectivas futuras.[4]

Los medios en el proceso de la toma de decisiones. Los medios masivos sólo pueden ayudar indirectamente a cambiar actitudes muy arraigadas o prácticas muy valoradas. La comunicación masiva no ha resultado nunca muy eficaz para combatir actitudes, valores o usos sociales muy arraigados. Una de las razones de su profundo arraigo es que han sido provechosos por largo tiempo. Más aún, suelen sustentarse en la aprobación familiar o la de otros grupos importantes para el individuo. Volverse en contra de esas actitudes significa volverse en contra de grupos a los que la persona valora pertenecer. El individuo suele sentirse personalmente involucrado en esas actitudes y costumbres; cambiarlas le ocasionaría angustia personal y alienación respecto de la vida y de los compañeros a los que está acostumbrado. Por lo tanto, esas posturas se defienden decididamente.

Podemos juzgar hasta qué punto se las defiende a partir de los estudios que demuestran que la psiquis humana es capaz de casi cualquier cosa con tal de rechazar un ataque contra creencias y actitudes arraigadas. Las personas seleccionan las noticias, emisiones radiales o artículos que respaldan sus creencias más arraigadas y rechazan u olvidan los que no lo hacen (Festinger 1962).[5] Si llegan a encontrar información desfavorable a sus creencias más arraigadas en los medios, suelen malinterpretarla o distorsionarla. Ello es completamente irracional; no la distorsionan *deliberadamente*: su sistema de creencias está simplemente actuando en defensa propia. En la literatura de investigación, se encuentran estudios de caso de campañas completas que fracasaron porque su significado fue malinterpretado por las personas cuyas actitudes debían supuestamente cambiar. Por ejemplo, una famosa campaña utilizó dibujos animados de un "Mr. Biggott"[6] para ridiculizar el prejuicio racial (Cooper y Jahoda 1947, Kendall y Wolf 1949). Sin embargo, las personas prejuiciosas interpretaron que estos dibujos animados *respaldaban* la idea del prejuicio racial. Como resultado, se volvieron más prejuiciosas que nunca.

El control social directo sobre las actitudes se ejerce mayormente en relaciones de grupo, por parte de personas a las que se admira o respeta o de grupos a los que se pertenece o se aspira a pertenecer. [...] En un grupo, un individuo aprende a desempeñar cierto papel y a seguir ciertas normas. El conocimiento de cada papel y norma ayuda a que la vida en el grupo sea cómoda y agradable. Un miembro del grupo no tiene que pensar constantemente lo que debe hacer y puede entender y predecir lo que los otros miembros harán.

[...] En las decisiones más importantes los canales de la comunicación y la influencia interpersonales son mucho más eficaces que los medios masivos. Los medios pueden ayudar, pero sólo indirectamente. En las páginas siguientes sugerimos algunas de las formas indirectas en que los medios pueden formar parte del proceso de toma de decisiones.

Los medios masivos pueden alimentar los canales interpersonales. Las personas influyentes cuyo consejo y puntos de vista ocupan un lugar importante en el proceso de decisión interpersonal de la sociedad son típicamente grandes usuarios de los medios masivos.[7] Por ejemplo, el hombre que es influyente entre los agricultores de determinada zona usualmente lee más o escucha más emisiones radiales sobre temas agrícolas que el agricultor promedio. El hombre cuyo consejo en materia de política se respeta suele hacer un uso anormalmente alto de los medios de comunicación políticos.

[...] La importancia de esto para los países en vías de desarrollo reside en que es posible introducir información en los canales de influencia interpersonal a través de los medios masivos. Cuando se transmite información sobre agricultura a través de los medios masivos, existe una probabilidad muy alta de que la misma información sea recogida y repetida por los "influyentes" en materia agrícola. Cuando se transmite información sobre cuidado infantil, es muy probable que las mujeres para las que el cuidado infantil es importante recojan la información y la repitan. Y así sucesivamente.

Debemos añadir: *todo lo demás quedando igual.* Si los voceros influyentes no tienen acceso a los medios —si, por ejemplo, son analfabetos y no tienen radio— es improbable que recojan la información de los medios masivos. Si sus actitudes son diametralmente opuestas a lo que expresa o implica la comunicación masiva, es muy probable que rechacen o distorsionen el mensaje de estos medios. Pero si en lo esencial no son opuestas y si dichos voceros pueden acceder con facilidad a los medios, entonces no hay razón por la cual los medios no puedan suministrar información a los canales interpersonales.

En algunos casos, la comunicación masiva es la forma más eficaz de llevar información de un punto a otro. Por ejemplo, es problemático llegar, informar y actualizar a los funcionarios de la comunidad o de extensión agrícola. Algunos países en vías de desarrollo tienen varios miles de tales funcionarios para el desarrollo agrícola, de la salud o el comunitario. Lo usual es que se encuentren dispersos a lo largo y ancho del país, con frecuencia no ha habido tiempo para capacitarlos adecuadamente y todavía necesitan información y asistencia. En este caso, la radio —y en ocasiones el cine y los materiales impresos— ha demostrado ser útil para perfeccionar y actualizar a los funcionarios de extensión. A veces es posible llegar simultáneamente al funcionario y al público; es decir, realizar una emisión radial, exhibir una película o presentar algún material impreso que el funcionario de extensión puede leer, por decirlo de alguna manera, sobre el hombro del poblador y que puede posteriormente ayudar al poblador a entender y aplicar. La misma táctica se ha utilizado para prestar asistencia y perfeccionamiento a profesores. Cabe señalar que, en ciertas situaciones, los medios masivos pueden sustituir a algunos de los canales de liderazgo usualmente interpersonales. Los discursos que Winston Churchill dio por la radio entre 1939 y 1945 durante la guerra fueron ejemplo del liderazgo personal ejercido con suma eficacia a través de los medios masivos. Los dirigentes de muchos países en vías de desarrollo también han aprendido a usar eficazmente la radio.

Los medios masivos pueden conferir prestigio social. Ser respaldado o elogiado por un diario o una radioemisora de prestigio ayuda ciertamente a la reputación de un individuo. De hecho, ser simplemente *notado* por los medios contribuye al prestigio personal.[8] Lazarsfeld y Merton han descrito esta capacidad algo enigmática de los medios de conferir prestigio social, con las siguientes palabras:

> «Los medios masivos confieren prestigio y realzan la autoridad de individuos y grupos al legitimar su posición social. El reconocimiento por la prensa, la radio, las revistas o los noticieros da fe de que uno ha llegado, de que uno es suficientemente importante como para que se le distinga de las grandes masas anónimas, de que el comportamiento y las opiniones de uno son suficientemente importantes como para recibir la atención del público» (Lazarsfeld y Merton 1960).[9]

En un país en vías de desarrollo, donde los medios son relativamente escasos y la cantidad de nombres en las noticias es menor, este poder de los medios puede ser incluso mayor que en países económicamente desarrollados, y puede constituir un medio para crear liderazgo.

Los dirigentes políticos nacionales de los países en vías de desarrollo descubrieron hace mucho el poder de los medios de conferir prestigio, pero el dirigente local necesita frecuentemente más presti-

gio. Nos referimos no sólo a los dirigentes elegidos, sino a los funcionarios de desarrollo comunitario, los asesores agrícolas que se desempeñan como asesores o instructores de los pobladores. Sus voces en la radio, sus fotos o sus palabras en los medios impresos, son verdaderas contribuciones a su posición local y a su notoriedad en la comunidad. Asimismo, son útiles para conferir prestigio y notoriedad a ciertas personas o actos que merecen ser emulados. Los medios masivos soviéticos y de Europa Oriental son quizá los que han hecho el mejor trabajo en este sentido al publicitar a los héroes de los trabajadores, las cifras récord de productividad, colectivos exitosos y otros modelos ejemplares para la actividad del desarrollo. No cabe duda de que se puede conferir prestigio a todo el movimiento del desarrollo nacional mediante la atención de los medios. Esto atraerá a las personas para que participen en el desarrollo y su participación les conferirá a su vez mayor prestigio, y así sucesivamente, en la espiral descrita líneas arriba.

Los medios masivos pueden ampliar el diálogo sobre políticas. En la aldea, las personas interesadas en asuntos de política local se encuentran lo suficientemente cerca como para hablar sobre ellos cara a cara si lo desean y si la costumbre lo permite. En la aldea tradicional, esto suele ser suficiente, porque la aldea no suele estar muy interesada en políticas a niveles más altos y los niveles más altos tampoco están muy interesados en compartir cuestiones de política con la aldea. Pero cuando un país comienza a desarrollarse, tiene una necesidad urgente de ampliar el escenario del debate político y de la formulación de políticas. El común de la gente necesita escuchar los debates políticos nacionales para poder formarse una opinión y, en el momento debido, actuar de conformidad con la misma. Los encargados de la formulación de políticas deben conocer, con mayor claridad que antes, las necesidades y los anhelos de la aldea, de modo que puedan tomarlos en cuenta al formular las políticas mayores. Lograr todo esto en un país de cualquier tamaño sin los medios masivos sería casi imposible.[10]

A medida que un país se desarrolla, los medios masivos comienzan a incluir noticias, problemas y voceros locales. Cuanto más se desarrollan la prensa y la radio locales, mejor la cobertura. Estos elementos son vistos o escuchados por las audiencias de otros lugares del país y por los encargados de formular las políticas nacionales. A su vez, los medios cubren las noticias nacionales, los problemas nacionales y las declaraciones y discusiones de los dirigentes respecto de las políticas que deberían adoptarse, de modo que el escenario del debate político se amplía hasta ser tan grande como el país. A medida que esto sucede, durante el desarrollo, se disponen las condiciones de la participación nacional, se promueve la empatía y se pone al alcance todo lo necesario para desarrollarse *como nación*.

Los medios masivos pueden hacer cumplir las normas sociales. [...] En la sociedad moderna, la función de transmitir anuncios públicos recae, en gran parte, en los medios masivos. Su función es dar a conocer las desviaciones de las normas. Si las normas no son conocidas por todos, como es improbable que lo sean en una sociedad en vías de desarrollo, parte de la función de los medios es darlas a conocer.

De modo que es posible establecer en la mente pública, a través de los medios, normas de comportamiento para el desarrollo y vigilar las desviaciones de estas normas. De alguna manera, éste es el otro lado de la moneda del prestigio que confieren los medios. De la misma forma en que algunos países en vías de desarrollo confieren prestigio a sus mejores agricultores y peones, tampoco han vacilado en denunciar la ociosidad, la ineficiencia y la corrupción. Una vez dadas a conocer, estas desviaciones pueden ser objeto de sanción social y advertir a las personas de no incurrir en ellas.

Los medios masivos pueden ayudar a formar el gusto. Dentro de ciertos límites, las personas aprenden a gustar de lo que escuchan y ven. Esto es especialmente cierto en el campo de la música y el arte. En algunos países muy desarrollados, el éxito de las canciones y las danzas populares depende en gran medida de que hayan sido introducidas y se hayan hecho conocidas por los medios masivos. En toda la historia son recurrentes los ejemplos de nueva música o nueva pintura que fueron rechazados por ser desconocidos, aunque posteriormente se hayan convertido en grandes "clásicos". El poder particular de los medios masivos reside en que acelera este proceso de familiarización y tiene así un efecto en la formación del gusto.

Para un país en vías de desarrollo, ello tiene una importancia bastante distinta del hecho de "hacerle propaganda" a canciones populares o introducir nuevos tipos de pintura. La cultura es uno de los mejores puentes entre pueblos. Si al Pueblo A le gusta la música, las danzas o las artes gráficas del Pueblo B, está predispuesto a que les guste el Pueblo B. Si a los Pueblos A y B les gusta mutuamente el arte del otro, están predispuestos a sentir un vínculo entre ellos y a comprenderse mejor. Los países en vías de desarrollo pueden utilizar este mecanismo poderoso para crear un sentido de "identidad nacional" que tantos necesitan con urgencia. Si existe un arte, una música o una danza "nacional", ello se puede poner de relieve como un punto de cohesión de toda la población de un país. Con o sin un arte nacional, el arte popular de diferentes lugares del país se puede utilizar para acercar más a estos subgrupos psicológicamente. Esto es lo que ha hecho la Unión Soviética al divulgar las danzas tradicionales de los muchos pueblos que viven dentro de sus fronteras.

Los medios masivos pueden incidir en actitudes poco arraigadas y canalizar algunas actitudes más sólidas. Como hemos señalado, la comunicación masiva no es muy eficaz por sí sola para cambiar actitudes muy sólidas y de profundo arraigo. Pero es bastante posible tener, por medio de la comunicación masiva, algún efecto en posturas que no se defienden con firmeza o en cuestiones nuevas respecto de las cuales no ha habido ni tiempo ni información suficientes para generar actitudes sólidas.

[...] Es evidente que los medios masivos pueden ser de suma utilidad en la toma de decisiones que debe formar parte del desarrollo económico y social. Pero su utilidad no reside en ataques frontales a actitudes muy arraigadas o a costumbres valoradas por mucho tiempo. Estas posiciones de profundo arraigo se encuentran en el dominio de la influencia personal y las normas grupales. Si los cambios se efectúan en costumbres y creencias tercamente defendidas, la comunicación interpersonal suele ser necesaria y, por lo general, entraña el cambio grupal. Por lo tanto, en decisiones principales como éstas, los medios masivos sólo pueden ayudar *indirectamente*. Pueden pasar información a los canales de influencia interpersonal. Pueden conferir prestigio y hacer cumplir las normas. Pueden ampliar el diálogo sobre políticas. Pueden ayudar a formar el gusto. Donde no hay actitudes muy arraigadas, o donde el cambio deseado implica sólo la leve canalización de una actitud ya existente, su eficacia puede ser directa. Pero en general, en materia de creencias y comportamientos muy afianzados, sólo pueden ayudar.

Los medios masivos como maestros

En un sesudo artículo escrito para el *World Radio Handbook*, Cassirer (1963) especifica algunas de las tareas que la información puede realizar por los pueblos de países en vías de desarrollo. Por lo pronto, sostiene, permite que el individuo se vea en el contexto de la unidad nacional y la interrelación mundial. Crea un clima en el que la adopción de nuevas prácticas tecnológicas y nuevas actitudes deviene posible. Permite al ciudadano desempeñar un papel en la nación. Pero este «conocimiento por medio de la información» está destinado a ser deficiente «mientras la persona no tenga suficiente educación para dominar las nuevas habilidades y el nuevo conocimiento» (Cassirer 1963).

Nos referimos a la barrera de habilidades que hemos mencionado. En el proceso de desarrollo eco-

nómico y social, no basta saber que el cambio es necesario ni incluso optar por él. Antes de que tengan lugar cambios sustanciales, las nuevas habilidades deben difundirse a toda la población. Esta difusión exige un programa de educación y capacitación de alcance nacional. Por lo tanto, es de la mayor importancia para los países en vías de desarrollo que podamos decir con toda seguridad:

Los medios masivos pueden ayudar considerablemente en todo tipo de educación y capacitación. Han demostrado su utilidad en muchas condiciones diferentes, dentro y fuera de las escuelas. Han demostrado su capacidad de complementar y enriquecer el trabajo escolar. Donde los profesores y las escuelas son escasos, han demostrado ser capaces de asumir una gran parte del trabajo de instrucción. Han demostrado ser de gran ayuda en la educación de adultos y la alfabetización. Y han sido de *suma* utilidad en la capacitación para la industria y los servicios técnicos, así como para la capacitación de profesores en el empleo.

Estos hechos son importantes porque, como sabemos, los profesores y las escuelas *son* escasos y muchos de los profesores con que se cuenta efectivamente fueron capacitados para la educación de ayer y no para la de hoy. Las aptitudes técnicas *son* escasas. En todo el mundo *hay* 70 millones de adultos analfabetos. En todas las regiones en vías de desarrollo *hay* gran necesidad de aprender nuevas habilidades y prácticas agrícolas.

[...] Hemos afirmado que los medios pueden *ayudar* en la educación y la capacitación y, de este modo, hemos distinguido lo que pueden hacer en estos campos de lo que pueden hacer impartiendo información. Dicho de otro modo, hemos afirmado que los medios pueden hacer el trabajo de vigilancia e información por sí solos, pero que solamente pueden *ayudar* al profesor. Esto se debe a que la educación y la capacitación son más que la transmisión de información; exigen un crecimiento con un propósito específico, un aprendizaje de aptitudes, una generación sistemática de conocimientos, una preparación para la acción. Ello se logra mejor cuando existe un vínculo interpersonal en el proceso: un profesor que trabaje con el alumno, un grupo de debate para ayudar a decidir qué técnicas y costumbres nuevas asumirá una comunidad, o por lo menos un supervisor que coordine parte de los estudios y suministre o consiga ayuda para el alumno que la necesite. En una clase de ciencias en una escuela secundaria, un profesor *y* una clase por televisión serán probablemente más eficaces que una de las dos por sí sola. En la alfabetización, un supervisor o profesor ha resultado necesario para los estudiantes que escuchan una emisión por los medios. En la capacitación industrial, las películas pueden contribuir enormemente al aprendizaje, pero por lo general no pueden hacer el trabajo. En la educación comunitaria para adultos, los grupos de debate y el personal local de campo han contribuido enormemente a la eficacia de la radio. La comunicación *bidireccional* se necesita en algún punto del proceso; alguien que oriente, reaccione, responda preguntas, que converse. La *combinación* de medios masivos e instrucción interpersonal —la instrucción experta de los medios y la interacción bidireccional con un profesor— es, de este modo, extraordinariamente eficaz. .

Notas

1 Como prueba, véase Waples, Berelson y Bradshaw (1940). También Schramm (1964). Sobre cuánto se recuerdan los noticieros radiales, véase Harrell, Brown y Schramm (1949). Sobre el aprendizaje con películas de entretenimiento, véase Holaday, P. W. y Stoddard, G. D. (1933). Sobre cuánto se recuerdan las discusiones de los medios masivos, véase Waples y Berelson (1954).

2 "The Great Society" es, por supuesto, frase de Graham Wallas.

3 Información más detallada, en Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1948) y Berelson, Lazarsfeld y McPhee (1954).

4 Algunas de estas frases son prestadas, con autorización, de una comunicación personal con el Dr. Henry Cassirer.

5 Véanse también Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1948) y Berelson, Lazarsfeld y McPhee (1954).

6 Nota del traductor: El nombre del personaje alude a la palabra inglesa *bigot* (prejuicioso, intolerante).

7 El tratamiento más completo de los "influyentes" se encuentra en Katz y Lazarsfeld (1955). Existe un análisis más reciente de la literatura al respecto hecha por Katz (1957).

8 Muchas figuras políticas han sostenido que renunciarían gustosas al respaldo de los diarios si pudieran hacer noticia apareciendo frecuentemente en las páginas de noticias. Una figura política que se expresó en este sentido fue Franklin D. Roosevelt, elegido cuatro veces presidente de los Estados Unidos a pesar de la oposición editorial de la gran mayoría de los diarios.

9 Estos autores añaden a lo que ya hemos citado: «Esta función de otorgamiento de prestigio se puede ver más gráficamente en la pauta publicitaria de testimonios de "personas prominentes" sobre un producto. En círculos muy extensos de la población (aunque no en ciertos estratos sociales selectos), dichos testimonios no sólo aumentan el prestigio del producto sino que devuelven este prestigio a la persona que da el testimonio. Dan a conocer al público que el mundo grande y poderoso del comercio considera que tiene una posición suficientemente alta como para que su opinión cuente para la mayoría de personas. En una palabra, su testimonio es testimonio de su propio prestigio. La representación ideal, aunque doméstica, de este esquema circular de prestigio se encuentra en la serie de avisos publicitarios de Lord Calvert centrados en "Hombres Distinguidos". La firma comercial y el testigo comercializado de los méritos del producto se enfrascan en una serie interminable de palmaditas en la espalda. En efecto, un hombre distinguido felicita a un whisky distinguido que, por intermedio del fabricante, felicita al hombre distinguido por ser tan distinguido que lo han buscado para que dé su testimonio acerca de lo distinguido del producto. El funcionamiento de esta sociedad de admiración mutua puede ser tan ilógico como eficaz. Las audiencias de los medios masivos aparentemente se aúnan a la idea circular: "Si usted es verdaderamente importante, estará en el centro de la atención de las masas y si usted está en el centro de la atención de las masas, definitivamente debe ser importante"».

10 Para obtener una ejemplificación del diálogo de los medios masivos en un país, véase Kraus 1962.

Bibliografía citada

Berelson, B.; Lazarsfeld, P. F. y McPhee, W. (1954). *Voting*. Chicago, University of Chicago Press.

Cassirer, H. B. (1963). "Radio and Television in the Service of Information and Education in Developing Countries" para *World Radio Handbook*.

Cooper, E. y Jahoda, M. (1947). "The Evasion of Propaganda: How Prejudiced People Respond to Anti-Prejudice Propaganda" en *Journal of Psychology*, 23.

Dube, S. C. (1957). "Some Problems of Communication in Rural Community Development" en *Economic Development and Cultural Change*, 5.

Dube, S. C. (1958). *Indian's Changing Villages: Human Factors in Community Development*. London, Routledge & Kegan Paul.

Festinger, L. (1962). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, Calif., Stanford University Press.

Harrell, T. W.; Brown, D. y Schramm, W. (1949). "Memory in Radio News Listening" en *Journal of Applied Psychology*, 33.

Holaday, P. W. y Stoddard, G. D. (1933). *Getting Ideas From the Movies*. New York, Macmillan.

Katz, E. (1957). "The Two Step Flow of Communication" en *Public Opinion Quarterly*, 21.

Katz, E. y Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence*. Glencoe, Ill., The Free Press.

Kendall, P. Y Wolf, K. M. (1949). "The Analysis of Deviant Cases in Communication Research" en Lazarsfeld, P. F. y Stanton, F. E. (eds.) *Communication Research*. New York, Harper.

Kraus, S. J. (1962). *The Great Debates*. Bloomington, University of Indiana Press.

Lazarsfeld, P. F. y Merton, R. K. (1960). "Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action" en Schramm, W. *Mass Communications*. Urbana, University of Illinois Press.

Lazarsfeld, P.; Berelson, B. y Gaudet, H. *The People's Choice*. New York, Columbia University Press.

Leigh, R. D. (1954). "Public Communication and Public Opinion" en "The Conceptual Framework of Public Communication". Mimeografía. New York.

Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society*. Glencoe, Ill., The Free Press.

Lucas, D. B. y Britt, S. H. (1950). *Advertising Psychology and Research*. New York, McGraw-Hill.

Mathur, J. C. y Neurath, Paul (1959). *An Indian Experiment in Farm Radio Forums*. Paris, UNESCO.

Pool, Ithiel de Sola (1958). "The Mass Media and Politics in the Modernization Process" en Pye, Lucian "Administrators, Agitators, and Brokers" en *Public Opinion Quarterly*, 22.

Schramm, W. y Winfield, G. F. (1963). "New Uses of Mass Communication for the Promotion of Economic and Social Development". Ponencia presentada en la Conferencia de Naciones Unidas sobre la Aplicación de la Ciencia y la Tecnología en Beneficio de las Zonas menos Desarrolladas", Ginebra. Washington, D. C., *U.S. Papers for the Conference*, Vol. 10.

Schramm, W. (1964). *An Annotated Bibliography of the Research on Programmed Instruction*. Washington, D. C., Office of Education.

Waples, D.; Berelson, B. y Bradshaw, F. (1940). What Reading Does to People. Chicago, University of Chicago Press.

Xoomsai, M. L. y Ratamangkala, P. (1960). *A Survey of Results Using School, Broadcast as a Teaching Method*. Bangkok, Department of Educational Research, College of Education.

Schramm, Wilbur (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford, Calif., Stanford University Press. Reproducción autorizada.

Las comunicaciones: instrumento olvidado del desarrollo nacional

Luis Ramiro Beltrán S.

En efecto, es posible inferir el nivel del desarrollo *general* de un país a partir de su nivel de desarrollo de las *comunicaciones*. Es difícil que haya un país bien desarrollado con malas comunicaciones. La correlación se explica fácilmente. El desarrollo implica interacción, movilización y participación universal en la toma de decisiones en cuestiones de interés público y en el proceso de logro de los objetivos nacionales. Y la interacción, la movilización y la participación no pueden tener lugar sin las comunicaciones.

Comunicaciones obstaculizadas

Casi todos los países subdesarrollados muestran un patrón de comunicaciones obstaculizadas. De modo muy evidente, la falta de carreteras y de transportes limita las comunicaciones. Pero es, quizá, más notable la falta de oportunidad para que las personas *se hablen* unas a otras, para poder conocerse unas a otras en el país. Las relaciones sociales son restringidas a unos cuantos contactos dentro del círculo inmediato de conocidos. La gente de una provincia ignora lo que sucede en la capital o en las otras provincias. Cada pequeña comunidad considera a los demás como extranjeros. La indiferencia, la desconfianza y el aislamiento prevalecen sobre la comprensión mutua y la cooperación.

Los gobiernos no tienen canales adecuados para transmitir los mensajes de desarrollo a la población; los agentes sobre el terreno sólo pueden llegar hasta números muy reducidos de personas en unas pocas regiones. El pueblo no tiene modo de expresar sus deseos a su gobierno y muy poca oportunidad de comprobar el comportamiento de las dependencias oficiales. En realidad, por lo general las mayorías ni siquiera votan para formar el gobierno. Con pocas excepciones, la clase media –donde existe– no es sino la élite media, debido a que solo ella llega hasta la minoría de habitantes de las zonas urbanas. Entre las explicaciones posibles se encuentran el analfabetismo, el bajo poder adquisitivo, la falta de carreteras y electrificación, personal de comunicaciones insuficientemente calificado y costo elevado de instalación y funcionamiento del equipo de comunicaciones.

Teniendo en cuenta tales características, es difícil pensar que pueda existir una verdadera nación, un sistema social integrado compuesto de miembros que interactúan y que comparten libremente necesidades, metas, medios, esfuerzos y beneficios. Y cuando alguna articulación llega casi a existir, cuando, en alguna forma, el país se acerca a la fórmula de unidad nacional para el desarrollo, esa existencia es trágicamente débil y precaria.

Esta realidad es tan evidente por sí sola, que no debe haber necesidad de promover la importancia de las comunicaciones en el desarrollo nacional. Desafortunadamente, quizá debido a que las comunicaciones —la *telaraña de la sociedad*— son tan obvias que pueden darse por sentadas, pocos países en desarrollo se han preocupado de organizarlas adecuadamente para servir al desarrollo. Parecen creer que las comunicaciones existen, en cierto modo, automáticamente y no es necesario hacer nada para crearlas. *Hablar se equipara a persuadir; y escuchar, a comprender y aceptar.*

Ese falso concepto de las comunicaciones —el proceso social fundamental y el arte y la ciencia de procurar el cambio en el comportamiento humano— ha conducido a muchos gobiernos de los países en desarrollo a descuidar casi completamente las comunicaciones al planear y emprender el desarrollo. Pueden llegar a considerar el desarrollo de las comunicaciones como un producto del desarrollo económico, pero no logran comprender que es anterior. Planean para atribuir importancia a la necesidad de educar a las masas. Los normadores hablan de la necesidad de difundir la información tecnológica. Los políticos y los tecnócratas están llegando a aceptar, cada vez más, la noción de que la educación de los adultos del pueblo es una inversión para el desarrollo. Pero cuando se trata de la acción, virtualmente nadie parece preocuparse de asignar fondos destinados específicamente al desarrollo de las comunicaciones.

El desarrollo depende de las comunicaciones

Por consiguiente, la estrategia global para el desarrollo nacional excluye la estrategia particular para el desarrollo de las comunicaciones, que deben ser su principal apoyo e instrumento, ya que solo por medio de la comunicación al pueblo (eficiente y efectivamente) puede tener lugar cualquier desarrollo. Es el hombre el que debe cambiar, con el fin de que él pueda cambiar las cosas. Y cambiar al hombre —manipulando su medio ambiente social, con el fin de modificar, en múltiples direcciones y modos, los sentimientos, los pensamientos y el comportamiento de millones de seres humanos diferentes, hasta el punto de que se conviertan en innovadores autónomos— es una tarea mucho más difícil que cambiar el curso de los ríos, la composición de los suelos y el comportamiento de las plantas y los animales.

De todo ello se desprende que, en tanto se excluya el planeamiento general de desarrollo de las comunicaciones de los planes generales para el cambio, estará en juego el resultado mismo del desarrollo nacional.

Sugestiones para la acción

¿Qué pueden hacer los países en desarrollo para corregir esta situación? Por supuesto, no hay fórmulas universales. Sin embargo, unas cuantas sugestiones básicas para la acción pueden resultar útiles.

1. Incorporar el desarrollo de las comunicaciones en el plan principal de desarrollo nacional, para que esté al servicio de todas las demás actividades de desarrollo.
2. Incluir fondos en el presupuesto nacional para fomentar el desarrollo de las comunicaciones, en una proporción correspondiente a las necesidades de comunicación de otros proyectos de desarrollo.
3. Fomentar, intensa y sistemáticamente, la conciencia en la administración pública y entre toda la población, de la importancia del mejoramiento de las comunicaciones al servicio del desarrollo nacional.
4. Inducir y ayudar a las universidades y a otras instituciones superiores de la educación a fin de que establezcan, a escala nacional, preparación profesional en los principios y técnicas de las comunicaciones para especialistas y agentes técnicos sobre el terreno.
5. Organizar y fomentar la investigación en las comunicaciones de tal modo que los planeadores tengan información digna de confianza sobre *qué* mensajes de desarrollo transmitir por medio de *qué* canales y, los que tengan probabilidades de ser más efectivos, para *qué* público.
6. Producir, en el lenguaje del país, la literatura esencial necesaria para la preparación en comunicaciones.
7. Proporcionar a los trabajadores sobre el terreno, las ayudas de comunicaciones (verbales, escritas y visuales) que deban tener para hacer que sus contactos personales sean efectivos.
8. Utilizar los modos tradicionales de comunicaciones para impulsar las innovaciones.
9. Fomentar el crecimiento y la expansión de los medios populares de propiedad privada, para que puedan llegar hasta el público rural.
10. Establecer instituciones de comunicaciones que combinen los medios populares con estrategias interpersonales de comunicación, tales como las reuniones de agricultores en torno a los aparatos de radio.

Beltrán S., Luis Ramiro (1967). Extracto de "Communication: Forgotten Tool of National Development" en la revista *International Agricultural Development*, Communications Issue, octubre, Nº 36. En 1968 se publicó la versión en castellano, realizada por la misma revista, bajo el título de "Las comunicaciones: instrumento olvidado de desarrollo nacional" en *Desarrollo Agrícola Internacional* Vol. I, Nº 1, julio. México, p. 25-27.

1969

Anatomía de la incomunicación

Extracto de *Comunicación y modernización: el caso de América Latina*

Luis Ramiro Beltrán

Gran parte de la información anterior podría producir la idea de que "todo va bien" en la comunicación latinoamericana. Desafortunadamente, eso está lejos de ser verdad. Pese a todo el progreso y los esfuerzos meritorios, muchos problemas siguen levantando barreras enormes para la comunicación en la región y presentan retos cruciales a sus estrategas del desarrollo y profesionales de la comunicación. Por lo tanto, es inevitable también prestar atención a este lado desagradable de la moneda.

Los siguientes son algunos de los problemas más graves de la comunicación social en América Latina en relación con las necesidades de desarrollo nacional:

1. Una marcada falta de conciencia, tanto de quienes formulan las políticas cuanto de los estrategas del desarrollo, sobre la relevancia y las funciones de la comunicación en la modernización.
2. La muy baja prioridad que se concede a la labor de comunicación en los planes de gobierno y, por ende, una asignación inadecuada de fondos en los presupuestos nacionales.
3. Una desarticulación casi total entre las estrategias generales de desarrollo y las estrategias específicas de comunicación para dicho desarrollo.
4. La disponibilidad insuficiente de los medios de propiedad del gobierno necesarios para establecer y mantener un sistema de comunicación bidireccional entre los funcionarios públicos y la población en general, así como entre los distintos sectores de dicha población.
5. Una preferencia exagerada de los organismos del gobierno por un tipo de contenido —la publicidad institucional, es decir la propaganda política— y un tipo de canal: la palabra impresa (la más fácil y quizá la más barata, pero la que alcanza a sólo un mínimo de personas).
6. Una concentración, indebidamente pronunciada por parte de los organismos del gobierno, en la producción no planificada de mensajes, a expensas de tareas como distribución, investigación, evaluación, capacitación y promoción apropiadas, que son por lo menos tan importantes como la producción.
7. El predominio de deficiencias en la infraestructura física, tales como la falta de carreteras, electricidad y equipos de comunicación modernos, hace que sea sumamente difícil la existencia de una red verdaderamente nacional de comunicación social.
8. El alto nivel de analfabetismo, aunado a la pobreza de la mayoría de la población y agravado en algunos casos por la existencia de idiomas que no son el español ni el portugués, impone grandes restricciones al uso de los medios impresos.
9. La ausencia de motivación alguna de las instituciones de medios de masas —en su mayoría de propiedad privada— por realmente llegar a las masas, particularmente las masas rurales; se contentan con llegar a la elite y a la clase media alta de las ciudades.
10. El desarrollo insuficiente de asociaciones nacionales y regionales de comunicadores profesionales, tales como periodistas, especialistas audiovisuales, editores en temas agrícolas y similares.
11. Una falta de instituciones nacionales de información eficaces e independientes y, especialmente, de una institución que tenga alcance latinoamericano; esto da lugar a un virtual monopolio del flujo internacional de noticias por los servicios de noticias extrarregionales, que no informan objetivamente a la región de los sucesos mundiales ni imparcialmente acerca de los sucesos en la región.
12. La debilidad de las empresas privadas de publicidad nacionales que permite que los consorcios de publicidad extrarregionales controlen gran parte del mercado publicitario interno de los países.

Los problemas arriba enumerados por cierto no son exclusivamente latinoamericanos. Son compartidos por muchos de los países menos desarrollados, con sólo diferencias de intensidad.

¿A qué se deben estas deficiencias? ¿Cuál es su origen? ¿Hay factores básicos, además de las deficiencias intrínsecas de la comunicación, que explican estos problemas de la comunicación para la modernización?

Por lo menos en América Latina, cuatro factores generales parecen ser las raíces de estos problemas. Tres de ellos se refieren a algunas actitudes de los principales encargados de formular políticas y los planificadores del desarrollo en la región. El otro está relacionado con la naturaleza de la estructura de poder en la sociedad latinoamericana.

Beltrán, Luis Ramiro (1969). "Comunicación y modernización: el caso de América Latina". Ponencia presentada en la XI Conferencia Mundial de la Sociedad para el Desarrollo Internacional. New Delhi, India. Reproducción autorizada por el autor.

1969

Hacia un tercer cine
Apuntes y experiencias para el desarrollo de un cine de liberación en el Tercer Mundo

Octavio Getino y Fernando E. Solanas

Cine-acción

No hay posibilidad de acceso al conocimiento de una realidad en tanto no exista una acción sobre esa realidad, en tanto no se realice una acción tendiente a transformar, desde cada frente de lucha, la realidad que se aborda. Aquello tan conocido de Marx, merece ser repetido a cada instante: no basta interpretar el mundo, ahora se trata de transformarlo.

A partir de esta actitud queda al cineasta descubrir su propio lenguaje, aquel que surja de su visión militante y transformadora y del carácter del tema que aborde. A este respecto cabe señalar que aún perduran en ciertos cuadros políticos viejas posiciones dogmáticas que sólo pretenden del cineasta o del artista una visión apologética de la realidad, acorde más con lo que "se desearía" idealmente que con lo que "es". Estas posiciones, que en el fondo esconden una desconfianza sobre las posibilidades de la realidad misma, han llevado en ciertos casos a utilizar el lenguaje cinematográfico como mera ilustración idealizada de un hecho, a querer restarle a la realidad sus profundas contradicciones, su riqueza dialéctica, que es la que puede proporcionar a un film belleza y eficacia. La realidad de los procesos revolucionarios en todo el mundo, pese a sus aspectos confusos y negativos, posee una línea dominante, una síntesis lo suficientemente rica y estimulante como para no esquematizarla con visiones parcializadas o sectarias.

Cine panfleto, cine didáctico, cine informe, cine ensayo, cine testimonial, toda forma militante de expresión es válida y sería absurdo dictaminar normas estéticas de trabajo. Recibir del pueblo todo, proporcionarle lo mejor o, como diría el Che, respetar al pueblo dándole calidad. Convendría tener esto en cuenta frente a aquellas tendencias latentes siempre en el artista revolucionario de rebajar la investigación y el lenguaje de un tema a una especie de neopopulismo, a planos que si bien pueden ser aquellos en que se mueven las masas, no las ayudan a desembarazarse de las rémoras dejadas por el imperialismo. La eficacia obtenida por las mejores obras de un cine militante demuestra que capas consideradas como atrasadas están suficientemente aptas para captar el exacto sentido de una metáfora de imágenes, de un efecto de montaje, de cualquier experimentación lingüística que esté colocada en función de determinada idea.

Por otra parte,.el cine revolucionario no es fundamentalmente aquel que ilustra y documenta o fija pasivamente una situación, sino el que intenta incidir en ella ya sea como elemento impulsor o rectificador. No es simplemente cine-testimonio, ni cine-comunicación, sino ante todo cine-acción.

Categorías del tercer cine

El hombre del tercer cine, ya sea desde un cine-guerrilla, o un cine-acto, con la infinidad de categorías que contienen (cine-carta, cine-poema, cine-ensayo, cine-panfleto, cine-informe, etc.), opone ante todo, al cine industrial, un cine artesanal: al cine de individuos, un cine de masas; al cine de autor, un cine de grupos operativos; al cine de desinformación neocolonial, un cine de información; a un cine de evasión, un cine que rescate la verdad; a un cine pasivo, un cine de agresión; a un cine institucionalizado, un cine de guerrillas; a un cine espectáculo, un cine de acto, un cine-acción; a un cine de destrucción, un cine simultáneamente de destrucción y de construcción; a un cine hecho para el hombre viejo, un cine a la medida del hombre nuevo: la posibilidad que somos cada uno de nosotros. La descolonización del cineasta y del cine serán hechos simultáneos en la medida en que uno y otro aporten a la descolonización colectiva. La batalla comienza afuera contra el enemigo que nos está agrediendo, pero también adentro, contra el enemigo que está en el seno de cada uno. Destrucción y construcción. La acción descolonizadora sale a rescatar en su praxis los impulsos más puros y vitales; a la colonización de las conciencias opone la revolución de las conciencias. El mundo es escudriñado, redescubierto. Se asiste a un constante asombro, una especie de segundo nacimiento. El hombre recupera su primera ingenuidad, su capacidad de aventura, su hoy aletargada capacidad de indignación. Liberar una verdad proscrita significa liberar una posibilidad de indignación, de subversión. Nuestra verdad, la del hombre nuevo que se construye desembarazándose de todas las lacras que aún arrastra, es una bomba de poder inagotable y, al mismo tiempo, la única posibilidad real de vida. Dentro de esta tentativa el cineasta revolucionario se aventura con su observación subversiva, su sensibilidad subversiva, su imaginación subversiva, su realización subversiva. Los grandes temas: la historia patria, el amor y el desamor entre los combatientes, el esfuerzo de un pueblo que despierta, todo renace ante las lentes de las cámaras descolonizadas. El cineasta se siente por primera vez libre. Dentro del sistema, descubre, no cabe nada; al margen y contra el sistema cabe todo, porque todo está por hacerse. Lo que ayer parecía aventura descabellada, decíamos en un principio, se plantea hoy como necesidad inexcusable.

Getino, Octavio y Solanas, Fernando E. Extracto de "Hacia un tercer cine. Apuntes y experiencias para el desarrollo de un cine de liberación en el Tercer Mundo", aparecido inicialmente en *Tricontinental*, París, octubre 1969; en *Cine Club*, año I, N° 1, México, octubre 1970; y, en Getino, Octavio y Solanas, Fernando E. *Cine, cultura y descolonización*. Buenos Aires, Argentina, Siglo XXI, 1973. Reproducción autorizada por los autores.

1971

El imperialismo ideológico en las tiras cómicas de Disney

Extracto de *Para leer al pato Donald*

Ariel Dorfman y Armand Mattelart

La división del mundo formal de Disney en fragmentos, en historietas "diferentes", sirve para engañar al lector, que es otra ruedecilla más en el engranaje repetitivo del consumo.

El enclaustramiento de este mundo está disfrazado por la movilidad física de los personajes, no sólo en el sentido de su epiléptica actividad diaria, o de su perpetua migración geográfica, sino en el constante desarraigo de su lugar habitual de residencia en la revista. Se entrecruzan de un sector asignado de la realidad a otro (como los modos disfrazados en Disneylandia, California, deambulan libres en las calles sirviendo de cohesionador del todo disperso), Mame Mim y Tribilín visitan a Mc Pato. El Lobo Feroz conversa con los cortapalos, Mickey ayuda a la Abuela Pata. En esta falsa torre de Babel donde todos hablan el mismo lenguaje del orden represivo establecido, se mezclan prototipos para que siempre salga la misma poción espiritual: la curiosidad. ¿Cómo reaccionará Blanca Nieves ante el Ratón Mickey? En este caso la cotidianidad está dada por los rasgos típicos que el lector tiene como experiencia habitual de los héroes y la aventura sólo gratifica al lector, escondiendo debajo de la novedad del encuentro que los personajes siguen repitiendo, las mismas excentricidades.

El personaje se agita mucho y parece flexible; es una varilla de hada que echa muchos destellos, pero que entre tantas chispas puede observarse rígida y disciplinada. El terror del personaje a cambiar se manifiesta incansablemente: atrapados en su propia personalidad, un catálogo surtido de escasos rubros, cada vez que se intenta articularlos de una manera distinta, el fracaso es estruendoso. Todos atacan a Donald por olvidadizo, pero cuando Giro le trasplanta la memoria de un elefante, rápidamente se descompagina el mundo y todos exigen —y Donald el primero— que se lo devuelva a su estado primitivo, al viejo Donald que todos amamos. Lo mismo cuando Tío Rico quiere forzar a su sobrino a sentir vergüenza por una deuda, utilizando una tinta mágica: si bien Donald paga, la misma tinta hace que Mc Pato sienta vergüenza a su vez y lo colme de regalos carísimos. Mejor no cambiar los mecanismos psicológicos habituales del otro, sino conformarse con lo que le tocó a cada uno. Las innovaciones muy repentinas —siempre provocadas por intromisiones de microbios y mágicos—, las revoluciones que demonizan externamente la personalidad básica, los trastornos de la individualidad que busca salir de su pasado y del "ser" que le han impuesto fatalmente, son muy peligrosas. Ellos viven una eterna cura de adelgazamiento: las bicicletas estáticas, clavadas al suelo, unos kilos de más, unos kilos de menos, siempre el mismo esqueleto y un nuevo semblante. (Y si esto es una sugerencia para los dominantes que pueden permitirse este tipo de deporte, resulta un mandato impenetrable para los buenos y malos salvajes).

Desde su óptica personal, cada protagonista justifica este hervidero formal, y lo motiva, desde el reino tentacular de la competencia. En el 90% de las historietas leídas, el tema explícito es una carrera por llegar a algún lugar u objeto en el tiempo más corto (y por tanto más afiebrado) posible. En este concurso (siempre público), carrera de obstáculos, prueba de destreza deportiva, generalmente se lucha por el dinero ("El tiempo es oro", según titula una historieta). Pero no siempre: también el prestigio se busca afanosamente, destacarse como algo especial del resto del rebaño. No sólo porque eso significa automáticamente dólares, y por lo tanto la mujer que sirve al vencedor admirativamente, sino que es el fin del camino del sufrimiento, el término del trabajo que desemboca en el seguro puerto de la fama.

La fama es obtener todos los beneficios del trabajo productivo en el reposo. La imagen que el famoso irradia le asegura su sustento; se vende a sí mismo para siempre. Es como haber arribado al oro de la personalidad, convirtiendo la hazaña misma en medio de subsistencia, venta del propio ser superado.

Pero para que esto ocurra es imprescindible constituirse en noticia, ser propalado por los medios masivos de comunicación, y reconocido por la "opinión pública". Al personaje no puede bastarle la aventura misma como recompensa: si es solitaria no tiene sentido, porque él actúa para la galería, y su acción tiene significado en cuanto los demás sepan que él los ha superado y que los domina desde la televisión, la radio, el periódico. Además, así un poderoso puede ayudarlo a subir. En D. 443, Donald preocupado porque «hay quienes nacen para ser unos "nadies"», trata de averiguar cómo salir del anonimato. Pregunta a un actor: «Cómo dio usted su primer paso por el camino de la fama?». Respuesta: «Estaba jugando golf cuando hice un hoyo de un solo golpe... Impresioné a un rico productor que estaba presente y él me condujo al estrellato». Donald hace lo mismo, pero fracasa, porque la televisión enfoca a otra persona («¡Tenía que hacerlo en el instante en que todas las miradas estaban puestas en Brigitte Baldosa!»). Otro actor impresionó a "un rico productor" subiéndose a un camello. Otro camello desbocado conduce a Donald al desierto. Un político responde: «Descubrí la manera de obligar a la gente a mirarme». Donald se sube a un palo de la bandera, pero cae dos veces sin que los fotógrafos logren captar su imagen. Finalmente, se le saca una foto. «El éxito no fue fácil, pero llegó», dicen los chicos. «Después de esto, podrás llegar a ser actor de cine y hasta senador... ¡O presidente!». Pero el periódico, al publicar la foto, se equivoca de nombre: Tato Ronald. Último y definitivo fracaso.

Por eso no importa la verdad, sino la apariencia. El buen nombre del protagonista depende exclusivamente de la historia como chisme. Al fracasar una fiesta, en otra historieta del mismo D. 443, dice Donald: «Mi única esperanza es que ningún reportero se entere de esto. Una crónica sobre mi fiesta me hundiría para siempre». Claro que ahí está: «El dueño, editor y reportero social del "Chisme Vespertino"».

Con esta obsesión por llegar favorablemente a difundir la propia imagen, no es extraño que uno de los modos más habituales de iniciar un episodio, sea por medio de un álbum fotográfico. Si no hay evidencia, no existió el fenómeno. Cada aventura está vista por su protagonista como encuadrado ya en el álbum, como turismo de sí mismo. La cámara es la manera de enlatar el tiempo pasado. Cuando la foto falla (D. 440 y Bosque Sombrío), es un desastre, se ha perdido el puente de la memoria, se ha perdido la inmortalidad, se ha perdido la garantía de reproducción de sí mismo (en los medios de comunicación) y, por ende, se ha traspapelado la historia: el dibujo es el habla del personaje, es su existencia más allá de sí mismo.

Pero hay algo mejor que la foto: la estatua. Si el personaje puede conseguir encarnarse en un monumento público, habrá alcanzado la perduración. Estatua, Estatuto, Estatus, Estático. Son innumerables las veces en que se premia a alguien con su efigie en las plazas públicas o en los museos. «La secreta ambición de Donald: ser un héroe de la localidad, con derecho a estatua en el parque» (D. 441). Consigue esto derrotando a los marcianos (sic): «Pensamos contratar un escultor para que su imagen pueda elevarse entre las de los oros "grandes" en el parque». En cada esquina habrá un recuerdo del momento culminante de la historia personal pasada, porque el tiempo, al detenerse y congelarse en piedra, lejos de ser una maldición, como en la Biblia, es la inmortalidad sin la muerte. Por eso, no sólo la foto familiar es un *souvenir* que se trajo de vuelta del *tour* del pasado, sino que los antecesores también se hicieron retratar y siguen perdurando. El Rey Miguel I, «a excepción del mostacho» (D. 433), es igual a Mickey. La fama de las multitudes de tíos-patos sólo puede ser comprobada por la imagen que se conserva. La competencia y el temor del tiempo se terminan cuando todos concurren a la fama del individuo: «Me voy antes de que tengan que cambiar la opinión que ahora tienen sobre mí», explica Tribilín (TB. 99).

El desenlace de la competencia hace del individuo un *producto*, en el sentido etimológico de la palabra, es decir, una cosa terminada, conclusa, cerrada, sin posibilidad de otro proceso de producción. Listo para consumir o consumarse.

Nuevamente el cambio conduce a la inmovilidad.

Lo mismo ocurría en el supuesto conflicto de los personajes grandes y chicos. Ahí se oponían polos en apariencia divididos y móviles, pero en realidad, negativa o positivamente, giraban en torno a la misma norma, sustituyéndose incansablemente, dos máscaras de un mismo rostro. La fusión del hijo y el padre en torno a los mismos ideales, al proyectarse el adulto en su prole, para que ésta lo perpetuara en nombre de sus mismos valores, para que el padre fuera relevado por sí mismo. El movimiento que florecía a raíz del enfrentamiento de dos personas o de dos estratos era engañoso: el antagonismo desaparecía apenas los dos se ponían de acuerdo acerca de la regla en torno a la dominación de uno sobre otro. Cada uno era él y su doble (tautología).

Este falso diálogo, que es el monólogo de la clase dominante y su eco en la grabadora, se repite a todos los niveles del elenco socialmente estratificado de los personajes. Aquí aparece el tema tan

1971

Armand Mattelart y Ariel Dorfman

Extracto de

Para leer al pato Donald

No es una novedad el ataque a Disney. Siempre se lo ha rechazado como propagandista del *american way of life*, como un vendedor viajero de la fantasía, como un portavoz de la "irrealidad". Sin embargo, aunque todo esto es cierto, no parece ser esta la catapulta vertebral que inspira la manufactura de sus personajes, el verdadero peligro que representa para países dependientes como el nuestro. La amenaza no es por ser portavoz del *american way of life*, el modo de vida del norteamericano, sino porque representa al sueño americano, el modo en que EE.UU. se sueña a sí mismo, se redime, el modo en que la metrópoli nos exige que nos representemos nuestra propia realidad, para su propia salvación.

Toda realidad puede entenderse como la incesante interacción dialéctica entre una base material y una superestructura que la representa y la anticipa en la cabeza de los seres humanos. Por ende, los valores, las ideas, las "visiones del mundo" y las actitudes y comportamientos diarios que los acompañan hasta en sus gestos más mínimos, están *articulados* según la forma concreta en que los seres humanos se relacionan socialmente entre sí para poder producir y vencer la naturaleza. Es la necesidad de representar coherente y fluidamente en la cabeza y en las diversas prácticas emocionales y racionales humanas la base material que permite al hombre subsistir y desarrollarse. Desde el momento en que un ser humano se halla inserto en un sistema social determinado —y por lo tanto desde su gestación y nacimiento— es imposible evadir esta necesidad de hacer y ser conciencia desde su materialidad. En toda sociedad, donde una clase social es dueña de los medios de producir la vida, también esa misma clase es la propietaria del modo de producir las ideas, los sentimientos, las intuiciones, en una palabra el sentido del mundo. Para la burguesía, en definitiva, se trata de invertir la relación real entre base y superestructura: las ideas producen la riqueza por medio de la única materia que les queda limpia —la materia gris— y la historia pasa a ser la historia de las ideas.

Por lo tanto, para capturar el mensaje central de Disney, es imprescindible preguntarse acerca de estos dos componentes en ese mundo de fantasía, porque de esta manera comprenderemos exactamente cuál es la forma en que se representa la realidad en ese mundo y de qué modo se puede relacionar esa ficción con la concreta existencia de los hombres, es decir, con su condición histórica inmediata. La forma en que Disney va a resolver el problema superestructura-base debe ser comparada con la forma en que se presenta esta relación en el mundo cotidiano de los países dependientes. Las diferencias y semejanzas estructurales nos aportan la clave para enjuiciar críticamente los efectos que ese tipo de publicaciones tiene en una realidad subdesarrollada.

Ya hemos probado hasta la saciedad que el de Disney es un mundo que desearía ser in-material, donde ha desaparecido la producción en todas sus formas (industriales, sexuales, trabajo cotidiano, históricas y donde el antagonismo nunca es social (competencia entre bien y mal, individualidades más o menos afortunadas, tontos e inteligentes). Por lo tanto, la base material que existe en cada acción en nuestro mundo cotidiano concretamente situado no está presente para los personajes de Disney. Sin embargo, no se trata de ángeles insubstanciales volando en alguna séptima estratosfera: hemos visto que es esencial a ellos agitarse en lo cotidiano. En ausencia purgativa del sector secundario (la producción industrial que da origen a la sociedad contemporánea y es la base del poder de la burguesía y del imperialismo), la única infraestructura que le queda a Disney, que le permite encontrar algún tipo de cuerpo para su fantasía, que da forma material a sus ideas, que automáticamente representa la vida económica de sus personajes, es el sector *terciario*, aquel que surge al *servicio* de la industria y depende en definitiva de ella.

Tal como hemos observado, todas las relaciones en este mundo son de compulsión consumista y todos viven en la compraventa de ideas. La revista misma no escapa de esta situación: Disneylandia mismo nace al servicio de una sociedad que necesita entretenerse, es una industria de entretenimiento, que nutre el ocio con más ocio disfrazado de fantasía. Es la única máquina que queda en el universo, depurada de sus contradicciones industriales y por lo tanto la única forma de salvarse en el futuro que se cierra implacablemente, es un parque de juegos infantiles (y adultos) donde todos pueden llegar pero nadie puede irse.

Por esto no puede haber antagonismo entre superestructura e infraestructura en Disney. La única base material que hay ha sido definida previamente como una superestructura. Los personajes se mueven en el reino del ocio y por lo tanto en un mundo donde los seres humanos han dejado de tener necesidades materiales. Su preocupación primaria y última es amoblar su tiempo libre, es decir, entretenerse. Este entretenimiento construye un mundo autónomo, y tan rígido y concluso, que todo elemento que pudiera recordar otro tipo de infraestructura, productiva, preocio, una verdadera materialidad, capaz por ende de denunciar con su sola presencia la falsa fusión entre mundo de diversión y mundo "real", entre fantasía y vida, ha sido sustituido. La única forma que toma la materia es ser conciencia, la forma de la historia es ser tiempo libre, la forma del trabajo es la aventura sensacionalista, la forma de la cotidianidad es la novedad informativa.

Las ideas de Disney resultan así *producciones* bien materiales de una sociedad que ha alcanzado un determinado desarrollo de sus fuerzas productivas. Es una superestructura de valores, ideas y juicios que corresponde a las formas en que una sociedad posindustrial debe representarse su propia existencia para poder consumir inocentemente su traumático tiempo histórico. Es justamente un mundo donde la burguesía industrial puede imponer sus leyes a todas las actitudes y aspiraciones de los demás sectores, internos y externos, utilizando ideológicamente el sector terciario de la actividad económica como utopía, como proyección sentimental, como único futuro. Esta dominación en un momento histórico concreto, se traduce y se refleja en una dominación similar dentro del universo-Disney, ya sea por medio de la industria de la fantasía misma que vende la revista, ya sea por las relaciones de los imaginarios personajes entre sí.

Tal es así que la única relación que el habitante del centro puede concebir respecto del habitante de la periferia (buen-salvaje, proletario, niño) está dominada por la industria del exotismo. Lo que se extrae ante todo de este sector primario es un objeto de juego, sea el oro, sea el tiempo pintoresco con el cual se rellena el bostezo. La inocencia de este sector marginal es lo que asegura la salvación turística al *patolandés*, lo que renueva su propia fantástica forma pueril y animal. La infraestructura primitiva que ofrecen estos países (y lo que representan biológica y socialmente) es el vehículo de la nostalgia por aquella infraestructura extraviada, un mundo de pura extracción que se doblega y se hace tarjeta postal ante un mundo de puro servicio. Tal como el personaje huye de la degeneración urbana para divertirse y justificar con su aventura en el paraíso la riqueza que tiene, así también el lector se evade de sus contradicciones históricas para entretenerse en el Edén de la revista misma, en la inocencia de Donald y sus acompañantes. Este acto de apropiación de lo marginal y su transformación en pureza perdida —tampoco puede entenderse aparte de las condiciones históricas de una sociedad post-industrial—, son también manifestaciones de un sistema económico-cultural. Justamente en el mundo real existen estos grupos, tanto en los países dependientes como en las minorías raciales (eternos bolsones de "naturalidad"), dentro de EE.UU. mismo.

La sociedad post-industrial lleva a cabo el anhelo que la burguesía se ha propuesto desde su origen, y que a lo largo de su desarrollo se ha ido verificando en sus múltiples variaciones históricas sobre el tema de la naturaleza (en la filosofía, literatura, los hábitos). Recién a mediados del siglo XX, a través de los medios masivos de comunicación, puede la clase dominante retornar al cielo originario, a la producción sin pecado original, a la vida tribal ahora planetaria, al ocio sin las contradicciones del trabajo, a la tierra sin la contaminación atmosférica pero con todo el consumo surgido de la industrialización. Lo imaginario infantil recubre todo el cosmos-Disney con baños de inocencia, permitiendo por medio de entretenimiento que se desarrolle la utopía política de una clase. Pero, por otra parte, el rincón donde —dentro de este mundo ya purificado— se identifica la inocencia es aquel sector que corresponde en la vida histórica a los pueblos marginales.

Este concepto burgués de entretenimiento, y los contenidos específicos con que se desenvuelven en el mundo de Disney, es el resultado superestructural de las dislocaciones y tensiones de una base histórica posindustrial, que genera automáticamente los mitos funcionales al sistema. Es del todo normal para un lector que vive las contradicciones de su siglo desde el ángulo del centro imperialista, que este sistema de Disney traduce su experiencia cotidiana y su proyecto histórico.

Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand (1971). Para leer al pato Donald. Chile, Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso.

socorrido de la literatura popular, los mellizos, y que fue utilizado en toda la literatura de la elite para significar la contradicción de un hombre con su propia personalidad (Poe, Dostoievski, Cortázar), es decir, con el estrato rebelde y demoníaco de su ser (el centro ambiguo salvador-destructor que atentaba en contra del orden establecido). La clase que tenía el monopolio de las normas de gestación de esta cultura, en que se conocía agradable y desagradablemente a sí misma, en que se alababa y se repudiaba, aprovechó esta duplicidad para dársela simplificadamente como alimento de representación colectiva al pueblo.

Hay dos estratos en Disney: el dominante, que incluye básicamente a los habitantes pequeños de Patolandia, y el dominado, donde están los buenos salvajes y los delincuentes. La estructura de los gemelos existe en ambos, pero de una manera muy sintomática. Como se sabe, en el folklore uno de los mellizos es el bueno y otro es el malo. Esto se repite entre los dominados: están los que aceptan felices su dominación en la inocencia (buenos) y los que atacan la propiedad de sus amos (malos). Notemos entonces que la división es *tajante*: cada cual está inmovilizado en su esfera. Los chicos malos corren enloquecidamente dentro de la cárcel de su definición sin poder salir nunca, ni elegir ser "buenos salvajes". Tal es así, que cuando se disfrazan de nativos, son castigados teniendo que recoger las monedas de Tío Rico. En cambio, los naturalizados deben mantenerse quietos, a riesgo de ser engañados en la urbe (viejo motivo del campesino bobo y palurdo que llega a la ciudad, del rústico). Cada estrato dominado, por lo tanto, está calcinado en su bondad o su maldad. En la planicie del pueblo, no hay vasos comunicantes. No se puede ser bueno y atentar contra la propiedad. Es imposible la maldad si te conformas. «Conviértete en lo que eres», dice el viejo aforismo popular (acuñado por la burguesía). Estos sectores están encerrados en la prohibición de participar en los cambios. Salir del mundo salvaje es caer en la criminalidad. Es evidente, por tanto, que la historia sucede al margen de estos seres, sean activamente malignos o pasivamente bondadosos.

Contrasta esto con el dinamismo del universo dominante. En la misma familia, hay ricos y pobres. Entre dos amigos, hay uno afortunado y otro desafortunado. Entre los ricos, hay buenos y malos. Tontos e inteligentes. El terreno escarpado e interesante de la clase dominante puede sobrevivir a disyuntivas y dilemas. No hay un personaje 100% en este mundo, es decir, polarizado. Donald tiende a perder. Pero gana el 20% de las veces. Tío Rico es a menudo burlado. Hasta Mickey puede mostrarse de vez en cuando cobarde. (En D. 401, los niños lo asustan y lo sustituyen. Minnie: «La verdad es que a veces eres peor que los niños. No sé qué hacer contigo… Los niños tienen razón». Y el ratón responde: «Esos malditos chicos se salen siempre con la suya»). Glad Consuerte no es siempre el vencedor, y los cortapalos se resbalan de vez en cuando. (Debemos reconocer que el desnaturalizado Lobito Feroz escapa a esto: pero ¿quién lo culpa, con un padre tan majadero y vanamente feroz?). Es el reino del matiz, del refinamiento y de la posibilidad de tenues contradicciones. Frente a la masa que obedece el determinismo colectivo (ahí estás y te jodiste, para bien o para mal), se yergue el derecho que tiene la personalidad dominante para elegir y determinar "libremente" el cauce de su propia vida.

Es la libertad de tener una personalidad, de fructificar en estatuas, de tener el monopolio de la voz en la historia.

Al descalificar de antemano al adversario y legalizar esta desclasificación ganándole después una carrera que él no corre, la historia se convierte en la imagen que la propia clase dominante se quiere dar.

¿Necesitamos agregar, una vez más, que éste es un mundo cerrado, por no decir asfixiante?

Tal como no se concibe que los sometidos tengan habla o rostro, o que puedan abrir la puerta de su

penitenciaría (qué fácil es eliminarlos cuando se produce mágicamente, cuando no se les necesita), así tampoco puede imaginarse la época pasada como diferente de la presente. Toda la historia pretérita está colonizada por las preocupaciones y los valores del momento actual. La experiencia histórica es una inmensa caja de moralejas, de recetas, de tesoros éticos, que siempre repiten las mismas normas y adiestramientos, que siempre prueba la misma tesis de dominio. Donald duda de las preocupaciones de Tío Rico, pero éste le demuestra que su fortuna es justa, porque puede desaparecer súbitamente, está sujeta a catástrofes potenciales. Y utiliza el ejemplo de Grecia Antigua: el Rey Dionisio le señala lo mismo a su servidor Damocles.

Este paralelismo acentúa la repetición de la historia. Cualquiera época primera es la pionera del moralismo actual: se puede volver eternamente hacia atrás y el mundo ha sido una preinversión incesante de Disneylandia. Pero, por lo menos, la cronología se resguarda.

Sin embargo, en realidad, el pasado no vino antes, sino después. No sólo afianza las ideas vigentes, sino que únicamente existe en virtud del presente. En Aztecland, la historia se esquematiza y se moraliza. Hace muchos años los conquistadores (semejantes a chicos malos) quisieron quitarles sus bienes a los indígenas (patos) y éstos los escondieron. La historia se retrae a una idéntica aventura eternamente renaciente, en que los malos quieren arrebatar a los buenos su propiedad, sin lograrlo (D. 432). Lo mismo sucede en muchos otros episodios, en que la infancia de los pueblos está concebida como repitiendo las mismas luchas de Patolandia contemporánea. Asimismo, de vez en cuando caen los protagonistas, por sueño, hipnosis o máquina del tiempo, en otra época. Así, en la Antigua California (D. 357), se reitera reposo paradisíaco, búsqueda del oro y sufrimiento, lucha entre bandidos y justicieros, retorno al ocio y al orden. Igual cosa en viajes a Roma, Babilonia y la prehistoria. También desde el espacio vienen los micropatos (TR. 96), cuyas aventuras traumáticas reproducen las de nuestros héroes. Está garantizado que el futuro y el espacio infinito serán patentizados por Disney.

Al invadir todo el pasado (y el porvenir) con la misma estructura del presente, Disney toma posesión, en nombre de su clase social, de toda la historia humana. En Egipto hay una esfinge con la cara de Tío Rico (D. 422): «Cuando descubrió esta esfinge, hace algunos años, no tenía rostro, y él le puso el suyo». Y es significativo que el rostro de Mc Pato pueda trasladarse ubicuamente y resumir, como remache, la historia de EE.UU. Cabe en todas partes. Al final de la historieta, agrega su efigie a la de Washington, Lincoln y otros, en Mount Rushmore, donde están esculpidas las cabezas gigantescas de los próceres norteamericanos: «Entre las figuras esculpidas de los padres de la patria ¿quién podrá sospechar del monte McPato?». En el espacio exterior, está también su estatua (TR. 48).

Como la burguesía concibe su periodo como el fin y la perfección de la humanidad, como la culminación de la cultura y la civilización, se siente con perfecto derecho a reinterpretar la historia y su propia llegada al poder desde su particular punto de vista. Todo lo que niegue esta universalidad y eternidad de la burguesía, es considerado un desvío excéntrico, que no tiene por qué ser considerado. (Toda contradicción es fruto de un conflicto subjetivo y secundario entre personalidades). Al convertir la historia en la lisonjería oficial de Disney, en el espejo adulador, la clase dominante ve todo su ascenso como un fenómeno natural y nunca social. La burguesía ha venido a posesionarse de un departamento que adquirió ya desde la aparición del hombre sobre la tierra.

Esta repetición de la historieta-historia convierte al hombre imprevisible en un ser siempre previsible. Traduce el doloroso transcurso temporal en vez eterna y prematura. No se puede buscar en el pasa-

do las causas del presente: Disney se ha encargado de mandar al Pato Donald como embajador a todas partes. Lástima que Sócrates no puede comprar sus revistas. ¡Seguro que no se bebe la cicuta!

Sin embargo, la repetición del presente pantanoso y polvoriento en el pasado, por lo menos ensardina la ilusión de la dinámica del tiempo. El ciclo puede anular la diferencia, pero persiste una cierta separación, aunque sea para lloriquear la nostalgia del sensacionalismo perdido.

Pero hay otro modo de reducir el tiempo histórico a un fenómeno u objeto inofensivo, reacio a la alteración. El tiempo se aprehende como un espacio que se puede consumir. La geografía de la antigüedad o la etnografía es la coartada de la historia. Inca-Blinca, Inestablestán, Egipto, Escandinavia de los vikingos, los piratas del Caribe, los indios norteamericanos (el jefe Minimiyo, rey de los búfalos, que cosechó su pre-reserva/D. 446), bajo la varilla del anticuario Disney, se encaminan hacia el supermercado de las estatuas muertas. Hay que consumir el tiempo histórico a tiempo rebajado. (Naturalmente se pierde la noción de que el tiempo *produce* algo, pueda ser un elemento activo y no mordido por los blancos dientes de *Pepsodent*: perdonen esta majadería de la producción, no es nuestra, Disney se repite, todo se repite, este libro se acaba).

El salvoconducto del pasado para ingresar al futuro a través de la aduana (e Interpol) de Disneylandia es el exotismo y su folklore. La historia se transforma en un estudio de mercado donde las civilizaciones antiguas pasan por el plebiscito de la compra. La única discrepancia entre los pasados históricos y pueblos se resumen en una desigual capacidad de entretenimiento y de causar emociones, a menos que se reduzca a la alfombra incásica con que se limpian los pies admirativamente los burgueses. Daisy: «Hice un negociazo. Compré esta sartén de auténtico fierro antiguo por sólo treinta dólares». Donald: «¡Cuac! ¡Pero nuevas cuestan dos!». Daisy: «No entiendes nada. Nueva no tiene valor. Las cosas de fierro antiguo están de gran moda». El tiempo de las estatuas muertas, ese tiempo parado y comprimido, es el del museo masificado y mercantilizado. Es, como Disneylandia, en California, EE.UU., la galería disfrazada de parque de diversiones. En la ganga del día, usted puede comprar su civilización preferida. *"Hoy y cada martes, araucanos en su salsa"*.

Tal como Donald y los demás buscan su fotografía o su estatua para asegurar su supervivencia y recuerdo, las culturas antiguas no pueden sino Disney-utilizar el mismo procedimiento para volver a la vida (?). Hay que enterrarse vivo como único modo de perdurar.

La prueba de que Disney enfoca la vida individual como idéntica a la vida de los pueblos, y que ambas identidades compiten por el éxito y por la propagación de su propia imagen petrificada, está en D. 436. Ahí, Donald cuida las figuras en un museo de cera. Simultáneamente, en la casa del frente hay un baile de disfraces: las mismas figuras, con vestuario, porte, actitud, cara, están en el baile y en el museo. Cae de cajón que Donald se equivoque y empiece a perseguir vivos como si fueran muertos, enlazándolos. El sólo puede entender esa animación de la historia como una *revolución*: «Más cuerda. Necesito más cuerda. ¡Mientras dormía hubo una revolución!». La misma concepción rige en Inestablestán cuando los patos metropolitanos anulan la revolución devolviéndole al pueblo el príncipe en Cahn Thador (repetición plástica de la dinastía milenaria) y la estatua del elefante que es el único representante legítimo de la nacionalidad. Donald tampoco puede aceptar el resurgimiento del pasado. «La Reina Isabel, Juana de Arco, Atila, todo el museo entero se está paseando por la acera». En efecto, Donald no tiene la culpa: los disfrazados han utilizado la misma fuente para su modelo que el museo, el pasado hecho oasis turístico. Y recibe su compensación por guardar tan fielmente (es un excelente vigilante de museos, profesión que parece preferir a cualquier otra) los intereses del presente granítico: «Han pasado meses y Tío Donald gana tanto dinero que no necesita trabajar ya», dicen los niños. «Sí, ya es un personaje famoso... Tan famoso que le pagan por permitir que su figura se exhiba en el museo de cera... ¡Nuestro propio Tío Donald, es el causante del mayor tumulto de toda la historia de Patolandia!».

Donald ha realizado su deseo: un trabajo fácil, bien remunerado y sin exigencias. Cualquier civilización, antigua o moderna, puede seguir sus pasos. Escribir a Producciones Walt Disney.

* Nota del editor: Los autores se refieren a los personajes y a los números de la revista utilizando estas abreviaciones: D (Donald), TR (Tío Rico), TB (Tribilín).

La comunicación para el desarrollo en el contexto agrícola

Nora C. Quebral

Lo que diferencia a la comunicación para el desarrollo es su propósito y su campo de acción. La publicidad, las relaciones públicas, la propaganda e incluso la extensión agrícola son instituciones occidentales. Se afianzaron y maduraron en Occidente en respuesta a las necesidades especiales de esa sociedad. Aunque viables en otros suelos, tienden a mantener sus presupuestos y metodología originales. Pero la comunicación para el desarrollo no es un trasplante. Dada nuestra definición, sólo puede ser un fenómeno del Tercer Mundo. De modo que, lo aceptemos o no, es nuestra responsabilidad explorar sus dimensiones, cultivarla y, sobre todo, utilizarla. Los científicos y profesionales de la comunicación de los países desarrollados nos pueden ayudar con las primeras dos labores pero, en última instancia, sólo nosotros tendremos la determinación visceral de que funcione la comunicación para el desarrollo.

El propósito de la comunicación para el desarrollo es fomentar el desarrollo. El desarrollo exige primeramente que una masa de personas con un índice bajo de alfabetización e ingresos, y los atributos socioeconómicos que lo acompañan, reciban información y adquiera la motivación para aceptar y usar un acervo considerable de ideas y habilidades hasta entonces desconocidas para ellas, en un lapso de tiempo bastante menor que el que normalmente

Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand (1971). *Para leer al pato Donald*. Chile, Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso.

tomaría dicho proceso. Entonces, ése es el trabajo de la comunicación para el desarrollo: informar y motivar a nivel nacional, sectorial y de proyecto.

Los adelantos en las ciencias sociales no son objetos materiales que se pueden ver o tocar. Son principalmente ideas y conceptos que no son fáciles de apreciar hasta que se convierten en acción. La comunicación para el desarrollo es uno de ellos. Al igual que otros adelantos, es una innovación que se debe dar a conocer y aceptar antes de que se pueda llegar a usar, en este caso, como portadora de otras innovaciones. A diferencia de otros adelantos, es más utilizable no por los beneficiarios finales del desarrollo, sino por los administradores, los encargados de formular políticas y los profesionales, aunque estos mismos pueden ser igualmente renuentes al cambio y tradicionales en sus formas de pensar. Por consiguiente, la primera tarea de un comunicador para el desarrollo es poner a ese grupo de su parte.

La motivación es un elemento clave en la comunicación para el desarrollo. La experiencia ha demostrado que el éxito de los programas de comunicación radica tanto en la cantidad de información diseminada cuanto en motivar a la gente para actuar a partir de esa información. Esto es particularmente cierto en el caso de la audiencia no sofisticada a la que sirve la comunicación para el desarrollo. Más aún, en su concentración en la motivación, la comunicación para el desarrollo reconoce sus vínculos fundamentales con la educación. Al igual que la educación, empieza con objetivos y concede gran importancia a los métodos. Para explicar un poco más qué es la comunicación para el desarrollo, primero se debe establecer lo que no es. No es publicidad *per se*, es decir no busca conseguir la mayor exposición de algo o alguien en los medios para construir una imagen. El comunicador para el desarrollo puede usar los mismos medios que el publicista, pero su objetivo es estimular la toma de conciencia y la comprensión del público respecto de un cambio proyectado, así como del organismo que lo va a promocionar, a fin de crear un clima de aceptación en el cual dicho organismo pueda hacer el trabajo que se le ha designado. No es comunicación masiva por sí sola. El canal puede ser un servicio de extensión completo que atiende a un sector de la población, una conversación familiar íntima y casual, un terreno de experimentación, un programa de estudios o una obra de teatro. Muchas veces, estos canales sólo repiten o refuerzan la palabra hablada. Es más que un conjunto de diapositivas, un folleto o un seminario. Es básicamente un método o un punto de vista que evalúa un problema en función de las personas a quienes debe alcanzar y según las barreras que es necesario superar o circunvalar para lograrlo.

Está dirigida a una audiencia, siendo su principal objetivo el público rural y campesino cuyas características señalan una afinidad con la comunicación oral y pictórica. No se trata de llevar una crónica de los hechos sin un propósito. Se trata de comunicar con el propósito de promover el desarrollo en todos los aspectos y en todos los niveles.

En las Filipinas probablemente se aplicó primero en la agricultura, principalmente en Los Baños. Ha adquirido un nuevo comienzo al abordar los problemas de la conservación forestal, la población y, últimamente, la contaminación ambiental. Se aguarda su aplicación en otros temas de desarrollo.

Al igual que la publicidad, su propósito es influir y persuadir. De hecho, en su uso de los estudios de la audiencia y de la ciencia del comportamiento humano, y respecto de su aprovechamiento de campañas planificadas y la atención que concede a presupuestos apropiados, la publicidad le lleva mucha ventaja a la comunicación para el desarrollo y podría enseñarle un par de cosas. La comunicación por el desarrollo, por su lado, no aboga por una sola línea de acción. Plantea varias opciones y señala el camino hacia una decisión basada en el razonamiento. Considera el entorno socioeconómico en relación a una innovación y ayuda a cambiar el entorno si así lo exige la tecnología.

Veamos algunas maneras en que la comunicación para el desarrollo puede funcionar a nivel nacional, sectorial y de proyecto. Es un axioma del desarrollo que el gobierno es el principal proyectista y administrador del plan maestro. Pero sólo usted y yo y el resto de la gente podemos hacer funcionar los detalles prácticos que exige construir una nación. Suponiendo un marco político democrático, la comunicación persuasiva se vuelve altamente importante.

El gobierno debe convencernos a todos de que vale la pena hacer sacrificios por este proyecto y una manera de hacerlo es manteniendo presentes las metas, la mecánica y el progreso del desarrollo. Los planificadores del desarrollo que enfrentan la tarea abrumadora de sacar adelante una nación quizá contemplen los méritos de una forma de gobierno más autoritaria que prescinda de la indiferencia, la desidia y la indecisión. Pero estarían haciéndose ilusiones vanas, porque nuestra historia y nuestros valores acumulados ya han dictado un curso político para nosotros. No existe otro recurso para un gobierno democrático que está sinceramente a favor del desarrollo que informar y motivar a la ciudadanía y así movilizar el compromiso popular con el que debe contar [...] Si también tomamos en cuenta la naturaleza de libre mercado de nuestro sistema de comunicaciones, el gobierno no tiene más recurso que conseguir el apoyo de los medios de propiedad privada para transmitir el grueso de su mensaje de desarrollo a todos los rincones de la nación. Allí radica el motivo de la lucha entre el gobierno y nuestros comunicadores profesionales. De entre estos últimos, los más analíticos han empezado a bloquear los términos que permiten un acercamiento. Mochtar Lubis (1971) plantea dos: un gobierno comprometido con el desarrollo económico y democrático, y una prensa también comprometida con el desarrollo económico y democrático. Dejando por un momento de lado la credibilidad y sinceridad del gobierno, todos —la prensa incluida— debemos evaluar seriamente su jerarquía de valores en vista de nuestras circunstancias. Los propietarios y profesionales de los medios deben decidir pronto si van a soltar o no sus lazos con lo que básicamente son conceptos occidentales de la prensa e implantar cambios que reflejen nuestras luchas y respondan a nuestras exigencias. No va a ser un proceso fácil o indoloro, pero el cambio nunca lo es. El contexto en el que opera nuestro sistema de comunicaciones simplemente no es el entorno altamente individualista y liberal que produjo conceptos como "la libertad de prensa" o "una economía *laissez-faire*".

Aferrarse a los principios originales del liberalismo es verdaderamente una postura incoherente para una institución que ha expuesto los vestigios del colonialismo en otras instituciones de nuestra sociedad.

Hasta que nuestros comunicadores profesionales dejen atrás su versión del *establishment* y labren un papel más innovador para nuestro sistema de comunicaciones, nuestros medios continuarán siendo irrelevantes y llevarán a su audiencia a continuar siendo irrelevante. Nuestros periódicos, por nombrar uno de los medios, continuarán publicando los adelantos mundiales en agricultura, negocios, ciencias y el progreso en sus páginas interiores, y reservando los titulares para las torpezas habituales de los políticos.

No me explayaré demasiado en la comunicación en el sector agrícola, salvo para mencionar la insuficiencia de su infraestructura. La comunicación en nuestro sistema agrícola, el sector más populoso de nuestra sociedad, es fragmentada, lenta y, a menudo, poco fiable. Existen pocos canales de interacción que vinculen los componentes del sistema, y éstos no son muy eficientes. Un flujo continuo de información bilateral como base para la toma de decisiones pierde pertinencia en estas circunstancias.

Es a nivel de proyecto en que la comunicación para el desarrollo debe enfrentar a personas reales en el contexto de problemas específicos. Es en los proyectos que recae todo el peso de la responsabilidad. Parafraseando al presidente Harry Truman, es ahí donde la responsabilidad es nuestra ("the buck stops here"). Permítanme dar un ejemplo de cómo se utilizó el mé-

todo de la comunicación para analizar un proyecto agrícola. Se trata de un proyecto del gobierno para el procesamiento de granos cuya fase de capacitación se ha desarrollado en el Departamento de Ingeniería Agrícola. El proyecto se sustentó en la necesidad de modernizar el sistema de procesamiento de granos del país que, frente a las grandes cosechas de 1968, el año en que las Filipinas gozaron de una breve bonanza de arroz, se mostró sumamente anticuado e inadecuado. Las toneladas de granos que llegaban de los campos se atollaban en las etapas de trillado, secado, almacenamiento y molienda, de modo que la distribución de arroz fue dispareja y los precios no beneficiaron ni al productor ni al consumidor. Los encargados de formular las políticas del gobierno decidieron que se debía instalar plantas integradas de procesamiento de granos para que el país pudiera aprovechar las variedades de grano de alto rendimiento. Se concertó un préstamo del Banco Mundial de US$ 14.3 millones para subfinanciar a los empresarios privados. Como las centrales de granos necesitaban técnicos competentes para operarlas, se consideró que un programa de capacitación era una medida de seguridad necesaria para el préstamo. Casi a última hora, se añadió al plan de operaciones la idea de centros regionales de demostración, lo cual hacía que fuera lógico también capacitar a los técnicos de extensión. El proyecto se denominó Capacitación de Técnicos para las Industrias de Granos y la implementación se encargó a la Universidad de Filipinas en Los Baños.

Después de un estudio más profundo, resultó que el proyecto no era tan simple como sugería el título. Se aplicó el método comunicacional para aclarar de qué trataba el proyecto, lo cual reveló que se necesitarían otras ramificaciones para vincular las etapas de capacitación y de demostración, y lograr las metas a gran escala del proyecto, que eran mejorar la calidad del grano procesado en las Filipinas y reducir las pérdidas económicas y físicas debido a un procesamiento inadecuado. Una vez que estos objetivos se admitieron como válidos, el proyecto empezó a cobrar nuevas dimensiones. Debe abordar tres grupos principales de personas: los agricultores (los productores grandes y pequeños de granos cuyas cosechas empiezan la cadena de procesamiento); los procesadores (los propietarios y operadores de las centrales de granos actuales y propuestas, así como los propietarios y operadores de los molinos tradicionales de kiskisan y de coco); los consumidores, cuyas demandas de cantidad, calidad y precio razonable se deben ver reflejadas en el crecimiento de las industrias de granos. Alrededor de estos grupos fundamentales se encuentran otros grupos subsidiarios que interactúan con ellos y también necesitan ser informados y motivados, porque en algún momento durante y después de la vida del proyecto deberán tomar decisiones que afectarán el curso del procesamiento de granos en el país. Algunos de ellos son:

1. Los tasadores de los bancos que evaluarán las solicitudes de préstamo para las centrales nuevas, además de otros préstamos para el procesamiento de granos.
2. Los legisladores que promulgarán los proyectos de ley sobre control de calidad y otros temas relacionados con el procesamiento de granos.
3. Los comunicadores profesionales que pueden ayudar a que el público tome conciencia del valor del buen procesamiento de granos.
4. Los donantes presentes y futuros para el proyecto.
5. Las personas conectadas de alguna manera al proyecto, tales como el comité directivo, los expertos, el personal de la Universidad de Filipinas en Los Baños.
6. Los terratenientes.
7. Los agricultores.
8. Los jóvenes escolares que dentro de poco serán los productores y procesadores de granos.
9. Los líderes de opinión y personas de influencia en los barrios.
10. Los diseñadores y fabricantes de la maquinaria de procesamiento.

En otras palabras, muchas más personas que los técnicos para quienes el proyecto se concibió originalmente.

Siempre tomando los objetivos del proyecto como punto de referencia, la identificación de las audencias objetivo es el primer paso en un análisis comunicacional de un proyecto. Dicho análisis se puede describir mejor mediante esta pregunta adaptada de Childers y Vajrathon (1969): «¿A qué grupos de personas; dónde; con qué liderazgo local, qué estructuras de comunicación; qué recursos materiales disponibles; qué nuevas ideas, actitudes y técnicas específicas para mejorar el procesamiento de granos deben ser aplicadas; por quiénes y a través de qué medios?».

Un estudio de las características personales, sociales y económicas de las audiencias en sus entornos es evidentemente el segundo paso del análisis. El tercer paso es identificar el conjunto de mensajes para cada grupo. Sólo se pueden diseñar estrategias apropiadas para convencer a las personas de que adopten, o facilitar que adopten, las recomendaciones del proyecto si se tiene un conocimiento extenso de los grupos objetivo y de la tecnología para mejorar el procesamiento de granos. Ya estamos listos para planificar qué es lo que vamos a decir, a quién y por quién, cómo decirlo y cuándo. También se vuelve evidente a partir de nuestro análisis que los dos métodos principales para difundir la información —el programa de capacitación y los centros regionales de demostración— se deben complementar con otros adecuados para las audiencias que no estaban previstas originalmente. El método más obvio es el de la comunicación diversificada a través de los medios masivos.

El análisis también sugiere ciertas estrategias. La tecnología de procesamiento de granos implica todo un complejo de prácticas que no se espera que sean asimiladas rápidamente en los barrios por una serie de motivos:

1. Exige un cambio hacia la mecanización en menor o mayor medida.
2. El costo de la maquinaria de procesamiento es relativamente alto.
3. Las prácticas recomendadas se enfrentan con los hábitos y patrones de trabajo institucionalizados. En Laguna, por ejemplo, la práctica es que el agricultor contrate a un grupo de trabajadores para que saquen la mala hierba, cosechen y trillen la cosecha a cambio de una participación en ella. Si usa una trilladora mecánica, no tendrá a nadie que saque la mala hierba o coseche su campo.
4. A nivel de barrio, el problema sigue siendo el de aumentar la producción. El concepto nacional de los problemas de segunda generación pierde parte de su validez en vista de este hecho local.
5. Introducir máquinas en este momento desplazará a personas que no tienen otras fuentes de ingresos.

Estas condiciones confirman la sensatez de la estrategia propuesta de usar a las asociaciones de agricultores como principal canal de comunicación acerca de la tecnología de procesamiento de granos. Otra estrategia sugerida por el análisis es que la tecnología de procesamiento no se debe difundir toda a la vez ni en su orden cronológico en los barrios. La mejor medida parece ser que se identifique el aspecto de procesamiento más necesario en una zona en particular y empezar por allí. Los otros aspectos se pueden ir destacando a medida que los mismos habitantes de los barrios empiecen a ver que son necesarios en relación con el primer aspecto, que empiecen a sentirse insatisfechos con los métodos antiguos y que cambien los factores circunstanciales. El trillado mecánico, por ejemplo, no se considera una necesidad en Laguna, porque las prácticas actuales son suficientes para el presente entorno socioeconómico. Pero los agricultores de Laguna aprecian la necesidad de métodos de secado más eficientes en la temporada de lluvias. La tecnología de secado podría, por ponerlo así, ser la antesala de todo el conjunto de técnicas de procesamiento recomendadas.

En resumen, la comunicación para el desarrollo en el proyecto de procesamiento de granos abarca las estrategias y materiales de comunicación que se necesitarán para llevar a cabo sus objetivos. Más aún, significa la idea de planificar con anticipación y de-

tenimiento los materiales y las estrategias con determinados propósitos, para grupos específicos de personas y en determinadas etapas y plazos. Incluye la investigación motivacional que será necesaria y la evaluación de la eficacia de los materiales y estrategias de comunicación. Ante todo, implica ver el proyecto como una campaña de comunicación de múltiples niveles que enseñará habilidades nuevas a las personas acerca del procesamiento de granos, creará actitudes receptivas hacia las innovaciones en el procesamiento y difundirá conocimientos sobre todos los aspectos del procesamiento de granos en todo el país. Con el método comunicacional traducimos los objetivos del proyecto en función de las personas que, después de todo, son el verdadero objetivo del desarrollo.

Se debe mencionar una cosa más. Para que nuestro análisis no quede como un ejercicio académico, la dimensión comunicacional del proyecto debe contar con el personal y el financiamiento adecuados. En vista de quienes están actualmente a cargo del proyecto, hay buenas perspectivas de que esto efectivamente se cumpla.

Bibliografía citada

Childers, Erskine y Vajrathon, Mallica (1969). "Social Communication Components in Development Programs". Ponencia presentada en la XI Conferencia Mundial de la Society for International Development. Nueva Delhi, noviembre 14-17.

Mochtar, Lubis (1971). "The Press in Developing Societies" en *Press Forum*, 8, (agosto-septiembre).

Quebral, Nora Cruz (1971). "Development Communication in the Agricultural Context". Ponencia presentada en el simposio "En busca de innovaciones en el desarrollo agrícola", celebrado en honor del Dr. Dioscoro L. Umali, 9-10 de diciembre de 1971, College, Laguna. Publicado como "Development Communication" en *Solidarity*, Vol. VII, Nº 6, junio de 1972, y como "What Do We Mean by 'Development Communication'" en *International Development Review*, Vol. XV, Nº 2, 1973/2. Reproducción autorizada por la autora.

La comunicación y la educación

Francisco Gutiérrez Pérez

1. Buscando la comunicación educativa

La escuela no sólo ignora en la práctica la existencia de los Medios de Comunicación Social sino que trata de supervivir de espaldas a la realidad social creada por la existencia de los medios de comunicación masiva.

Los sistemas escolares siguen empeñados en la formulación de grupos selectos. Ni la escuela básica ni mucho menos la universidad quieren dar paso a una cultura fruto de los medios masivos de comunicación: el pizarrón, la tiza y un individuo frente a 30 ó 40 alumnos sigue constituyendo la estructura fundamental de aprendizaje en una sociedad electrónica, universal y ultra cósmica. Es por demás evidente que los medios de comunicación están poniendo en tela de juicio el proceso de escolarización.

Por otro lado, los medios de comunicación tal como son utilizados por la sociedad de consumo constituyen también una "escuela" mucho más vertical, alienadora y masificante que la escuela tradicional.

La educación del futuro se nos presenta, pues, como un verdadero callejón sin salida muy especialmente para los países del tercer mundo. Por un lado un sistema escolar que persigue la perpetuación de una ideología socio-político-económica. Por otro lado unos medios de comunicación que, lo mismo que el sistema escolar, mantienen una estructura clasista, trasmisora de valores, individualista. Tanto un sistema como otro contribuyen a mantener a la sociedad en un sistema piramidal inamovible.

Sin embargo, sabemos por la experiencia «que medios de comunicación, formas del saber y formación social se encuentran siempre entrelazados, en una relación que no es causal sino dialéctica. Decir sociedad es decir estar uno con otro, compartir un saber, comunicarse a través de diferentes canales» [1]

Hemos afirmado en otras oportunidades que si bien es cierto que los medios de comunicación de masas han sido y son empleados como instrumentos de opresión y alienación, con todo intrínsecamente son medios excelentes de comunicación que adquieren su sentido más pleno en el contexto de una comunicación dialógica.

A la luz de esta comunicación dialógica, hemos de realizar una profunda revisión de la escuela y de los medios de comunicación. Tanto en un sistema como en el otro la «comunicación ha de ser relación no causal sino libre; no unidireccional, sino bidireccional; no irreversible sino susceptible de respuesta».[2]

Esta tarea es la que nos proponemos con esta metodología. Hacer de la escuela un centro de comunicación dialógica y convertir a los medios de comunicación en escuela participada. A este fin van encaminadas las bases que recogemos en este capítulo.

2. Incomunicación

En el siglo de la comunicación masiva corremos el riesgo de la más terrible incomunicación. Hemos llegado a saturar el mundo con una hiperinformación —instantánea y universal— y sin embargo nunca el hombre ha sufrido tanto los efectos de la incomunicación. Paradójicamente en la era de las comunicaciones hemos caído en la cuenta de las grandes dificultades de la comunicación. Muchas de las producciones literarias y cinematográficas son muy dicientes en este aspecto. Pensemos por ejemplo en Antonioni y Bergman en el cine, y en J. Paul Sartre en el mundo de las letras.

La incomunicación es, según Castilla del Pino, una de las notas características de la sociedad actual. «La paradoja con que se nos presenta nuestra situación actual, a saber, el descubrimiento de nuestra comprensión del fenómeno de la *comunicación*, y la existencia misma de unos medios de comunicación inimaginables hace años, corren parejos, pero en proporción inversa, con la incomunicación fáctica que entre un hombre y otro se verifica».[3]

Hay autores que atribuyen el fenómeno precisamente a la desnaturalización de la comunicación, originada en el hecho de que los medios de información son los voceros unilaterales de los grupos minoritarios que desde el principio se adueñaron de ellos. Reducir los medios de comunicación a medios de información, es lo que llamamos desnaturalización o perversión del proceso. La comunicación, hemos afirmado, es ante todo un problema humano. La comunicación no tiene que ser irreversible ni unidireccional. La comunicación, en síntesis, es diálogo.

Es evidente que aún no hemos podido dialogar con los medios técnicos de comunicación, y no lo hemos podido hacer porque el receptor no puede hablar. El receptor sigue siendo "una masa unificada por la mudez".

El fenómeno, complejo en sí, está inquietando a antropólogos, psicólogos y sociólogos. También a los pedagogos ha de preocuparnos. Porque es un hecho real que tampoco existe comunicación en el aula escolar. Establecer una comunicación más intensa, más viva en el proceso educativo, es uno de los objetivos primordiales de la pedagogía del lenguaje total. Es fundamental que nosotros como educadores demos capacidad al "hombre nuevo", para que emerja de su mutismo. La educación ha de proporcionar técnicas de aprendizaje, autoexpresión y participación. Este será, sin duda, un paso seguro

que obligará a la sociedad a modificar los medios de información en medios de comunicación.

Comunicación exige "comunitariedad de intereses y aspiraciones", y a esto tienden los núcleos generadores con su secuela de significantes y significados denotativos y connotativos que proponemos en esta metodología, así como las técnicas de autoexpresión y de recreatividad. Se ha de proporcionar al hombre formas en las cuales y por las cuales tenga y pueda decir algo, es decir, que encuentre los instrumentos aptos para comunicarse. Con frase ya muy repetida de P. Freire, que el educando pueda decir "su palabra". Y la pueda decir incluso por los medios que la técnica pone a su disposición.

Repetir mecánicamente lo que previamente se ha trasvasado en la mente del alumno (el trasvase puede hacerse por medios técnicos, incluso electrónicos), no significa en modo alguno que el alumno esté en capacidad de decir su palabra y por lo tanto en capacidad real de comunicación.

Un examen de la cotidianidad, del hacer rutinario dentro del aula de clase, nos probaría suficientemente hasta qué punto es verdadera esa incomunicación que se produce en el proceso escolar. La conducta de los alumnos nos revela a cada instante la total (casi siempre) incomunicación. El aburrimiento que caracteriza la vida escolar es una prueba incuestionable. La misma estaticidad del horario, fragmentado rutinariamente, el exceso de imposiciones y reglamentos coercitivos, son síntomas o consecuencia de ese aburrimiento. «La escuela es un paréntesis mortificante y mortecino en la vida diaria del alumno. Se somete a él porque no le queda más remedio ya que está presionado por la estructura social». Como dice Oliveira Lima (1972): «El maestro es el único director de escena (o de orquesta) a quien no le importan los espectadores porque son unos espectadores a quienes no les queda más remedio que soportarlo, sea bueno o malo, agradable o aburrido. De disponer de un mínimo de libertad cuántos de estos "directores de orquesta" se quedarían sin espectadores».

Tanto más rica y fructífera será una metodología cuanto más posibilidades de autoexpresión ofrezca al educando. En esto cumple papel importante la diversidad de canales a los que se pueda recurrir. Si a más del lenguaje tradicional (oral y escrito) el joven puede recurrir para expresarse a formas plásticas (pintura, fotografía, etc.), y sonoras (radio) o la síntesis de todas ellas (cine, TV, *videotape*), tanto mejores y más valiosos serán los resultados.

Diferentes medios de expresión (necesariamente también de percepción) conllevan nuevas posibilidades de comunicación. Cada educando ha de poder y saber escoger el canal de comunicación que más satisfaga al despliegue de su propia conciencia. Todos los educandos han de tener las posibilidades y la libertad de expresar el mundo y su mundo. Ésta llevará al rechazo de estereotipos. Cada individuo pondrá en común su propia y característica visión del mundo para que sea "criticada" científicamente. Esta intercomunicación constituye una de las formas más auténticas de educación.

3. Comunicación espontánea

Estas formas nuevas de expresión buscan intencionalmente devolver la espontaneidad al proceso educativo. Sólo en la espontaneidad y en la naturalidad podrán desarrollarse las múltiples posibilidades de la persona humana o de los grupos sociales. La inhibición que es represión, es la falta de espontaneidad y por lo tanto de comunicación. La resultante es "forzar" la naturaleza para que se ajuste a fórmulas o normas extrañas o no asimiladas como propias. También la falta de comunicación espontánea se deja ver en el aburrimiento de parte de los profesores para quienes, según Lauro de Oliveira Lima "dar clase" es una actividad compulsiva que la llevan a cabo sólo motivados por llenar un programa y verificar —también compulsivamente— unos exámenes que a veces recuerdan a cualquier campo de concentración, en vistas a una "masacre" con frecuencia colectiva.

Imposible pedir superación y creatividad a un educador y a un educando hastiados y aburridos. Salir del aburrimiento no es otra cosa que comunicarse. Por eso ha de proporcionarse al educando formas válidas de autoexpresión. Formas incluso que signifiquen un compromiso con la realidad, que le devuelvan la espontaneidad y la vida.

En algún lugar de estas páginas hacemos referencia a la "orgía de expresión" que no podrá darse sino en la espontaneidad. Pasividad, negatividad e indiferencia, son formas de incomunicación, de aislamiento y de hermetismo.

La comunicación es una necesidad de toda persona humana. Las técnicas modernas de comunicación —desmasificadas y desmitificadas— ofrecen al proceso educativo nuevas y más amplias formas de diálogo. La capacidad comunicativa del ser humano abre nuevos cauces a las ciencias de la educación. Las palabras, los gestos, imágenes y sonidos han de permitir un enriquecimiento del sentido restringido que hemos venido dando a la comunicación.

Por ejemplo, una metodología adecuada en el uso del *videotape* implica necesariamente una participación plena del ser humano. Esta implicación total del hombre nos evidencia lo compleja que es la comunicación cuando la referimos al proceso educativo. Esto significa que cada vez que una nueva técnica hace su aparición en la historia, es el hombre en definitiva quien se verá afectado por ella tarde o temprano.

4. Comunicación pedagógica

El proceso de comunicación es esencial a la educación. Precisamente el problema más serio del sistema escolar tradicional es la falta de comunicación. En un mundo en el que la comunicación es un "hecho social total" no se explica cómo se puede sostener fundamentado un tipo de "información" que ya no es el que vive la sociedad actual.

Las inquietudes por una pedagogía no centrada en la transmisión de conocimientos sino en técnicas de conducción de grupos, de compromiso personal, de investigación y de creatividad están probando un poco por todas partes que la educación es un proceso de comunicación y que las más prometedoras posibilidades de la didáctica prospectiva están estrechamente vinculadas a la teoría de la comunicación. En el día de hoy ya no se puede seguir pensando en una escuela encerrada entre cuatro paredes y completamente desvinculada al proceso de la comunicación.

La problemática de la comunicación viene preocupando cada vez más a antropólogos, sociólogos, lingüistas, filósofos y pedagogos. Las investigaciones al respecto se han enriquecido extraordinariamente durante el presente siglo. Norbert Wiener formula las primeras nociones teóricas de la cibernética: la ciencia de la comunicación y el control en los seres vivos y en las máquinas. Con Claude Shannon nace la teoría matemática de la información. Pero la investigación más estrechamente vinculada con nuestra preocupación de educadores es la efectuada por los lingüistas que estudian la comunicación pedagógica. Particularmente desde que Charles Morris fundamenta la semiótica como la ciencia general de los signos, o mejor, la técnica de la lectura de los signos, estas investigaciones teóricas han llevado a los estudiosos a planteamientos eminentemente prácticos. La comunicación pedagógica busca ante todo esclarecer los cambios de conducta del educando con vistas a un mundo nuevo o, si se quiere mejor, mirando hacia un futuro totalmente imprevisible.

La comunicación como determinante del cambio de estructuras psicosociales es un campo pedagógico totalmente revolucionario y que en América Latina está llevando a formulaciones de enormes prospectivas en el campo educativo.[4]

La transformación del mundo es consecuencia de la dialogicidad. Y no puede haber dialogicidad si cada hombre (todos los hombres) no dice "su palabra".

«Solamente el diálogo, que implica el pensar crítico, es capaz de generarlo. Sin él no hay comunicación y sin ésta no hay verdadera educación».[5]

La comunicación y consecuentemente las modernas técnicas de comunicación que no conduzcan a la transformación social, no tendrían razón de ser por cuanto los instrumentos y técnicas de comunicación no tienen significado en sí sino que su valor lo adquieren en relación con el hombre. Por eso hemos repetido con frecuencia que la comunicación antes que proceso técnico es un proceso eminentemente humano. En razón de ese principio los problemas que nos plantea la comunicación moderna a los educadores no pueden quedar reducidos a una mejor y más rápida transmisión de conocimientos. Toda pedagogía ha de basarse en el proceso de la comunicación y antes que en las técnicas audiovisuales. Los intercambios, dinámica de grupo, vivencias interpersonales son formas que conllevan una finalidad eminentemente educativa.

«He llegado a estar firmemente convencido de que cualquier renovación pedagógica que tienda a hacerse actualmente no se efectuará sencillamente con la comprobación de los fines de la educación sino, así mismo, con una transformación considerable en las relaciones y las comunicaciones entre educadores, por un lado, y los alumnos y los educadores por otro».[6]

En un mundo con un predominio tan angustioso de los medios masivos de información no es nada extraño que la escuela informadora haya entrado en una aguda crisis existencial.

EI mundo tecnificado y electrónico plantea al educando una serie de interrogantes para los cuales la pedagogía tradicional aún no ha dado con las respuestas satisfactorias. Pero pretender llevar a cabo una pedagogía impositiva, aun cuando se valga de técnicas audiovisuales, es forzar la naturaleza humana y por lo tanto es realizar una labor diametralmente opuesta a la comunicación. La vida del hombre tendrá sentido en la medida en que pueda comunicarse con sus semejantes.

En la *Pedagogía del oprimido* ha dejado escrito Paulo Freire (1970) la explicación de esta necesidad de fundamentar en la comunicación toda acción educativa: «Este diálogo, como exigencia radical de la revolución responde a otra exigencia radical cual es la de concebir a los hombres como seres que no pueden ser al margen de la comunicación puesto que son comunicación en sí. Obstaculizar la comunicación equivale a transformar a los hombres en objetos».[7]

De hecho la propia función comunicativa se ha convertido en un hecho sociocultural. Este fenómeno "social total" con grandes referencias antropológicas, políticas, religiosas, culturales es lo primero que ha de preocupar a los educadores, por cuanto según el pensar de algunos autores, la comunicación está afectando a nuestra sociedad con características tan singulares que ya podemos hablar con toda verdad de un nuevo humanismo.

La comunicación "audiovisual" encierra para el "hombre nuevo" mayores posibilidades de diálogo, de comprensión y compromiso.

La ontología del hombre se constituye y caracteriza originariamente como ontología o metafísica de la expresión no sólo por ser la expresión el primer dato fenomenológico del ser humano sino por la íntima conexión que guarda con todos los demás.

[...] Esta expresión humana comprendida como comunicación dialógica encuentra en los medios de comunicación electrónica posibilidades insospechadas. En ninguna otra época ha tenido el hombre tantas posibilidades para desarrollar sus capacidades de autoexpresión. Podríamos asegurar que el hombre como "ser comunicativo" tiende a realizarse hoy más plena y profundamente que nunca en su quehacer histórico. Lo hace vivir más profunda y plenamente en un mundo que es el suyo y que

los medios de comunicación social ponen a su disposición. Pero desgraciadamente estas realidades no se ofrecen al hombre tal cual son sino profundamente deformadas.

5. Desafío de la comunicación social

Los medios de comunicación social, al mismo tiempo que son reflejo de los condicionamientos socioculturales de un mundo nuevo, proyectan a su vez su propio mundo cultural cargado de novedad, posibilidades y también de riesgos y desafíos.

Es un hecho que los medios de comunicación hacen posible una difusión masiva de los bienes culturales. Existe hoy una verdadera producción industrial de bienes culturales. Se podría afirmar inclusive que el consumo de "bienes culturales" va más allá de las propias posibilidades de asimilación de los perceptores. Y en esto consiste el gran desafío que los medios de comunicación social plantean a la educación. Los medios de comunicación han convertido a la cultura en mercancía de consumo. Producir algo en el juego de la oferta y demanda, es sujetarse a las tendencias y gustos del mercado. La nueva escuela de los medios de comunicación social de hecho está doblemente viciada.

1. Por un lado los medios de comunicación social están hoy concentrados en poderosos intereses económicos y políticos, con frecuencia indiferentes y hasta contrarios a las auténticas aspiraciones humanas.
2. Por otro lado los contenidos a trasmitirse a través de los medios de comunicación «no se sujetan únicamente a los particulares intereses de los propietarios de dichos medios, sino también a los dictados de los propios consumidores».[8] Por tratarse de una consumación pasiva y a menudo inconsciente, es imposible por parte del receptor una comunicación dialógica en «la que el consumidor tendría la opción de decir su palabra».

Estas comprobaciones nos llevan a afirmar que «en América Latina los medios de comunicacion social, lejos de actuar como agentes positivos de cambio, como instrumentos de promoción humana y como vehículos de educación, contribuyen más bien a mantener los intereses de la estructura de dominación interna y externa». Esto tiende a presentarse como un dilema: negar la posibilidad de educación de los medios de comunicación, o afrontar resueltamente el desafío que dichas tecnologías significan para el hombre moderno.

Negarle posibilidad educativa a la comunicación es un contrasentido. Más bien habría que afirmar que cuanto más perfecta sea la comunicación, más valiosa es de suyo la educación.

Las soluciones, nada fáciles por cierto, para salir de este *impasse*, se nos ofrecen en el mismo planteamiento del problema. Fundamentalmente son dos. La primera es la democratización de los medios. Los medios de comunicación social que ahora están «concentrados en manos de minorías económico-políticas nacionales y extranjeras, que tienen y difunden su propio sistema de valores», han de ser liberados de esa estructura cerrada y pasar su poder a grupos más abiertos representativos de toda la comunidad. Esto es lo que se llama hoy la comunicación horizontal.

La segunda solución nos concierne más directamente a los educadores y consiste en «la necesidad y urgencia de educar a los receptores en los lenguajes propios de cada uno de los medios técnicos de computación, dando énfasis a los estudios semióticos a fin de ofrecer a cada educando los instrumentos necesarios que le defenderán contra la masificación y mistificación tan características de quienes "consumen" técnicas de comunicación en forma pasiva. Dominando la semiótica y la creatividad, el hombre reducirá las probabilidades de ser un mero "objeto" a merced de las fuerzas externas, y aumentará como "sujeto" las probabilidades de dominarlas, permitiéndole ser un "consumidor" inteligente,

selectivo y crítico de los medios de comunicación social. Este tipo de pedagogía es la que llamamos lenguaje total».[9]

Esta segunda solución es sin duda mucho más lenta pero a la postre más segura. Y además es de absoluta necesidad aun en el caso de la comunicación horizontal o participada. En la práctica no puede darse comunicación horizontal sin formación del receptor, aun cuando somos conscientes (la práctica lo demuestra) de que la formación del receptor es consecuencia de la comunicación horizontal.

6. Comunicación y aprendizaje

No pretendemos señalar en estas breves notas una teoría del aprendizaje porque sobrepasaría las finalidades del presente trabajo. Creemos que será suficiente recoger algunas ideas clave que interrelacionan el proceso de la comunicación y el del aprendizaje. Tanto las teorías del aprendizaje que se basan en la relación estímulo-respuesta, como las que tienen una fundamentación estructural presuponen la necesidad de la respuesta del sujeto perceptor para verificar la eficiencia de la información. Esto significa que la información será válida en cuanto el perceptor sea capaz de "aprehenderla". Ahora bien, esta aprehensión se puede quedar reducida a una simple percepción del estímulo.

Es imprescindible que el perceptor, a más de percibir, interprete el estímulo. Esto en términos de comunicación equivale a decir que el perceptor no sólo debe percibir sino poseer las posibilidades suficientes para interpretar o decodificar el estímulo. Propiamente no podríamos hablar de aprendizaje si no hubiera respuesta o cambio de conducta, por eso es que a nosotros los educadores la comunicación nos interesa en cuanto es provocadora de conductas nuevas y permanentes. «Si aceptamos el punto de vista de los estudiosos de la conducta humana, la comunicación entre los seres humanos debe ser estudiada como provocadora de cambios y no como transmisión de información».[10] Claro que con el mismo Bullaude (1968) hemos de precisar que «aprendizaje es el cambio duradero y por consiguiente no toda comunicación es aprendizaje ya que el cambio introducido en la conducta puede no ser duradero».[11]

Podríamos sacar una primera conclusión diciendo que el aprendizaje como cambio de conducta tiene que ir más allá de la simple información. Este traspaso se efectúa en el momento en que el sujeto no sólo aprehende la información sino cuando logra estructurar dicha información en el bagaje de saberes anteriores a los efectos de sacarla a luz cuando se presenten nuevas situaciones.

El mero hecho de "interpretar" o "apropiarse" de un saber no es suficiente para que en propiedad de términos podamos hablar de aprendizaje "auténtico". «Sólo puede llamarse auténtico al saber que, en sí mismo y por sí mismo, es transformador y productivo»,[12] lo cual requiere que el perceptor haga suyo y reestructure en su propio haber tal información. Piaget (1969) clarifica perfectamente este punto. Pero cuando se trata del habla adulta que transmite (informa) o procura trasmitir conocimientos ya estructurados por el lenguaje o por la inteligencia de los padres o de los maestros mismos, suele pensarse que la asimilación previa es suficiente y que el niño no tiene más que incorporar esos alimentos intelectuales ya digeridos, como si la transmisión no exigiera una nueva asimilación, es decir una reestructuración que esta vez depende de las *actividades del oyente*. Trabajos recientes han probado, cada vez más, que toda experiencia necesita una estructuración de lo real; o dicho de otra manera, que el registro de todo dato exterior supone instrumentos de asimilación inherentes a la actividad del sujeto.[13]

Esta estructuración nueva del receptor sólo es comprobable en la práctica. El cambio estructural del sujeto tiene que confrontarse en la práctica. Sabemos que una información ha sido aprendida en la

medida en que puede servir para resolver nuevas situaciones.

Aun cuando sea ir más allá de lo que piden estas líneas tendríamos que asegurar que sólo en el "sistema" que diera al aprendizaje una dimensión así, podría hablarse de educación verdadera. Todo saber ha de ser praxis, ha de trascender a la realidad. «Sólo el saber convertido en praxis es humanismo ya que implica un mejoramiento del hombre».[14]

Las estrechas relaciones entre "aprendizaje" y "comunicación" nos llevan a formular, a modo de conclusión, algunas ideas que reflejan ciertas implicaciones de la metodología del lenguaje total.

1. La psicología social demuestra cada vez con mayor fuerza que el proceso de comprender, persuadir, enseñar no depende tanto de la habilidad del "agente" cuanto de la actividad "del paciente"; quien se informa no es pues paciente sino "agente".[15]
2. El proceso de aprendizaje es auténtico cuando se ha efectuado un cambio en el que aprende. Por ese motivo aprendizaje supone interacción, intercambio entre el que aprende y lo que le rodea.
3. Educación será por lo tanto un reaccionar (responder) creativamente del educando. En otras palabras es desarrollar una capacidad de reacción frente a los demás y al mundo que nos rodea. Es lograr que el hombre sea capaz durante toda la vida de interrogarse y encontrar las respuestas adecuadas para transformar la realidad. En resumen que no sean «hombres espectadores sino recreadores del mundo».[16]

El alumno se moviliza y se compromete en el proceso de aprendizaje o no hay aprendizaje posible. Lo que equivale a decir que la misión del maestro no es tanto de enseñar cuanto de movilizar, comprometer, adaptar, motivar, animar. Saturar la clase de información no es suficiente.

Desde el momento en que los más importantes conocimientos nos llegan en una forma casi instantánea gracias a la comunicación electrónica, es una necesidad imperiosa encontrar nuevas funciones al sistema escolar: la necesidad de aprender conocimientos ha de dar paso a la necesidad de aprender a reaccionar y a la necesidad de aprender a vivir recreando.

La vida ha de ser concebida no como un adaptarse a la realidad social sino como un constante reaccionar ante el cúmulo de convencimientos, opciones, creencias, que nos llegan por los medios de comunicación social. Lo decisivo para la vida futura del educando es desarrollar su capacidad de inventar, crear nuevos comportamientos, nuevas reacciones y nuevas respuestas.

7. Comunicación y personalización

De todos es sabido que los sistemas tradicionales de enseñanza fundamentan su metodología en la comunicación verbal o escrita. Los propósitos y fines de la escuela tienden a adaptar a los individuos al mundo social mediante el aprendizaje de un saber hacer verbal. A fuerza de conceptualizar y sistematizar la ciencia, también hemos reducido los valores a meras verbalizaciones.

El "saber hacer" que proporcionan tanto la escuela como la iglesia son fundamentalmente lingüísticos: son fórmulas, normas, reglas. Piénsese en las fórmulas matemáticas, reglas gramaticales y ortográficas, normas morales, etc. Un examen objetivo de la realidad escolar nos probaría cómo nos ha preocupado esencialmente el desarrollo cognoscitivo, desconociendo totalmente los aspectos afectivos, emocionales, intuitivos y cinéticos. Es decir que el hombre como ser dinámico se ha de capacitar para darse a sí mismo las respuestas más válidas que exija cada circunstancia vital. No ha de preocupar tanto proporcionar esas respuestas con antelación cuanto orientar el esfuerzo, la toma de conciencia y la crea-

tividad que requiere la liberación del individuo de lo situacional.

Pero los medios de comunicación social están invirtiendo el enfrentamiento de la persona con la realidad existencial. [...] Esta situación novedosa e insólita que plantean al hombre los medios de comunicación social incide en forma directa en el aprendizaje y por lo tanto en todo el proceso educativo. La era de lo verbal se caracteriza por la preeminencia de los signos lingüísticos sobre las imágenes; la de lo visual, por el contrario, por la de las imágenes sobre los signos lingüísticos.

Ésta parece ser la diferencia entre una pedagogía basada en los signos lingüísticos y otra pedagogía que abarque no sólo los signos lingüísticos sino también la semiología de los signos icónicos y la de los sonidos. Esto es lo que nos autoriza para poder hablar de la pedagogía de los lenguajes de los medios de comunicación social o pedagogía del lenguaje total.

Los sistemas educativos, lo mismo que ya lo hace la sociedad, han de poder ofrecer vías diferentes para que el hombre pueda reencontrarse. La masificación ha sido causada porque el hombre no es capaz de "leer" otros signos fuera de los signos lingüísticos. El hombre es presa fácil del embrujo. Y atractivo de los signos icónicos y sonoros. La suerte del hombre se encuentra aquí en tela de juicio [si no] se le proporcionan las técnicas y medios de lectura de los nuevos signos de los medios de comunicación social.

[...] Tal vez el problema no sea valorado por muchos educadores con la gravedad que requiere. Pero debemos tener muy presente que el paso del no control de la comunicación social al control ha de iniciarse cuando aún podemos poner remedio. Estamos acercándonos al día en que toda labor educativa podría resultar poco menos que inútil por estar los individuos completamente masificados y profunda y esencialmente identificados con unas estructuras sociológicas.

8. Comunicación participada o comunicación horizontal

La palabra participación está de moda. Sabemos que la participación equivale a responsabilización. Comprobamos a diario que el joven desea, quiere y exige participación tanto en el aprendizaje como en su propia formación. Posiblemente este interés de participación sea una de las consecuencias más interesantes de los nuevos lenguajes de los medios de comunicación social. Las formas significantes comprometen. Hoy tenemos conciencia de ese compromiso de participación. El joven norteamericano gracias a la TV "participa" de la guerra del Vietnam y repudia a los que hacen todo lo posible para que los hombres se sigan matando gratuitamente unos a otros. Los documentales de la guerra del Vietnam no son filmados en un estudio y los muertos no son muertos de mentirillas, como en las películas del oeste; son muertos de verdad y mueren delante de nosotros en nuestra propia sala de estar. En este aspecto los medios de comunicación social están responsabilizando al joven; al sacarle de la indiferencia, rechaza la violencia y agresividad de los adultos. Los medios de comunicación social nos documentan sobre muchas formas de injusticias, violencia, podredumbre, explotación que caracterizan a este mundo que hemos fabricado los adultos. Y son también los medios de comunicación social los que tal vez paradójicamente nos están haciendo descubrir los valores de la participación política, social, religiosa. Contra una "comunicación" unidireccional de las técnicas, se ha suscitado un deseo explosivo de participación en todos los órdenes. Los jóvenes quieren ser hoy forjadores de su propia historia y no meros espectadores o consumidores pasivos.

Por eso reaccionan contra la actual situación y su reacción violenta quedo gráficamente estampada con aquella frase en los muros de la Sorbona: «Ser libre en 1968 es participar».

La participación es una de las características del mundo estudiantil. Nunca se había producido este fenómeno con una fuerza tan apremiante. Precisamente muchas de las huelgas estudiantiles tienen como causa esa sed insatisfecha de participación. En cierto modo los estudiantes reivindican su derecho a participar para de ese modo poder llegar a responsabilizarse. Sus grandes necesidades, la búsqueda de la identidad, de la libertad y de la relatividad no podrán ser alcanzadas sino gracias a una participación suscitada y constante.

Pero no se podrá llegar a la participación política si la escuela no ofrece la oportunidad de vivir plenamente la más auténtica politización. Se ha dicho con frecuencia que la educación es una actividad políticamente aséptica, neutra.

Una tal afirmación no responde a la verdad. Todo sistema educativo es tributario de los contenidos políticos por los que de ordinario se busca el mantenimiento del statu quo. Los educadores son funcionarios pagados para perpetuar unas estructuras que responden a los intereses de grupo. En todas las épocas la educación ha sido eco fiel de las necesidades económicas, políticas, sociales y religiosas del sistema político en vigor.

Esta concepción de la función educativa ha dado origen en América Latina, después de varias generaciones de escolarización, a actitudes que podrían resumirse como sigue:

«– distorsión del concepto de política
– subestimación de la actividad política
– ausencia de las masas en la vida nacional
– espíritu de sumisión y docilidad
– hipertrofia del poder de la autoridad
– caudillismo, fanatismo, dogmatismo y militarismo».[17]

La escuela como institución contribuye a mantener una escala de valores que distan mucho de ser humanos, democráticos y cristianos.

Si se define por política la participación activa y reflexión en la toma de decisiones que orientan y definen la historia de un pueblo, la escuela no puede dejar de ser política. Una escuela politizada (en este buen sentido del término) necesariamente tiene que superar la *curricula* exclusivamente intelectual, ya que es un contrasentido, para la mayor parte de nuestra población campesina. «Educación politizada es la que está en función de una comunidad natural en la cual todos (maestros, alumnos, padres de familia) deben participar en el descubrimiento y la creación de los conocimientos, valores culturales a través de sus experiencias de su hacer diario».[18]

Hemos de confesar que el autoritarismo y el dogmatismo del maestro son los enemigos natos de la participación del estudiante. Se tilda a los estudiantes de apáticos y de ineptos y, con todo, al quedar al margen del proceso se priva a los estudiantes de la oportunidad de salir de esa apatía e ineptitud. El maestro pasa la mayor parte del tiempo dando órdenes, amonestando o castigando. Si no llega a esos extremos es porque habrá asumido una actitud paternalista que para el problema que nos ocupa viene a ser lo mismo.

Al alumno le está vedado tomar decisiones o iniciativas. Los alumnos mejores son los más sometidos. El sistema de calificación y de competiciones origina actitudes de trabajo vigilado y remunerado; actitudes de indiferencia para todo aquello que no reporte provecho personal; actitudes de hostilidad para con los compañeros de curso; actitudes de pasividad y silencio (de hecho a los alumnos se les obliga a estar varias horas al día inmóviles y callados). Este sistema compulsivo hace que los niños así oprimidos se vuelvan tan frenéticos y coléricos que no se les puede controlar sino sobre la base de sistemas cuartelarios.

Sólo una participación activa en el proceso permitirá al niño educarse en la responsabilidad. Pero esta participación no puede darse sino en la libertad. Este *miedo a la libertad* es la verdadera piedra de toque del sistema educativo. Todo conocimiento y toda adquisición han de ser el resultado de una

actividad del niño, de un compromiso voluntario en vista de la realización de un proyecto.

Pero un proyecto (característico de la metodología del lenguaje total) pide a más de estructuras móviles de una intercomunicación efectiva, una participación real y consciente del alumno. Es desde todo punto imposible que un niño (tampoco el adulto) se interese por algo que en alguna forma no le afecta emocionalmente. La participación está condicionada por la emotividad.

La planificación y realización de un proyecto (casi siempre por grupos pequeños) exige pues requisitos fundamentales: estructuras móviles, sistemas de comunicación real y efectiva entre todos los participantes. Estos imperativos de la nueva educación no pueden conjugarse con un sistema rígido e inamovible. Esta pedagogía exigiría más bien un "sistema asistemático" o una "norma anormal".

Dos parecen ser las exigencias básicas de una pedagogía participada: estructuras móviles y comunicación a nivel de bases.

1. Estructuras móviles

Unas estructuras que permitan el máximo número de contactos y experiencias con la vida. Esto llevaría tal vez a la ruptura de grupos de 30 ó 40 alumnos encerrados entre cuatro paredes. Es posible que un proyecto deba ser realizado en la calle, en el campo, en una fábrica, en casa por grupos mucho más pequeños.

También es cierto que los medios de comunicación social al entrar en la escuela, la obligan a romper la distribución de tiempo y espacio euclidianos que hemos asignado a la escuela tradicional. Una película, un disco, un montaje audiovisual pueden ser presentados a un grupo más o menos grande de alumnos no importa el curso y ni siquiera la escuela a la que pertenezcan. Incluso puede proyectarse la película o el montaje en el cine o la iglesia de la localidad (que precisamente están desocupados durante las horas laborables) y luego repartirse los alumnos por especialidades, gustos, intereses, en pequeños grupos que trabajarían en la realización de proyectos viables de realizar en la comunidad.

No podría concebirse este tipo de estructura móvil si mantuviéramos en todo su vigor los exámenes y la *curricula*, tal como se empeñan en mantener muchos de los sistemas educativos vigentes.

La idea de que hay un cuerpo de conocimientos que debe ser recibido en el colegio y usado durante el resto de la vida es absurda en un mundo tan complicado y cambiante como el nuestro. En cualquier caso las preguntas y los problemas más importantes de nuestro tiempo no están en el *curriculum*.[19] Damos por sabido que esta movilidad de estructuras atraerá las iras de todos aquellos (educadores y padres de familia) que no saben enfrentarse al futuro con un criterio científico sino que se aferran al pasado con formas no solo rutinarias sino tremendamente afectivas y egoístas.

2. Comunicación a nivel de bases

Imposible lograr la participación de las bases (los alumnos) en el proceso de aprendizaje si no se llega a obtener una comunicación horizontal, prerrequisito de la comunicación dialógica. Este tipo de comunicación implica admitir que el profesor ya no es el sabelotodo sino un coinvestigador, coaprendiz y corresponsable en la acción educativa. Ya no podrá «tolerarse que el profesor continúe siendo el sabio por profesión y el joven el ignorante por definición».[20]

Como quiera que la información le llegue hoy al estudiante por la prensa, las revistas, la radio, el cine y la televisión, ya el profesor dentro del aula no tiene la exclusiva como informador. Las aportaciones de todos los participantes puestas en común son el verdadero enriquecimiento del grupo. «El profesor-informador y el alumno-oyente habrán sido reemplazados por el profesor-animador y el alumno-investigador».[21]

En una pedagogía participativa no cabe la lección magistral y una información vertical o unilateral. Estamos plenamente seguros de que sólo por medio de una comunicación dialógica y horizontal se hará posible la plena participación del educando. Este tipo de "organización escolar" tiene sus riesgos y sus implicaciones. Sin duda alguna que constituirá una utopía para todas aquellas personas fuertemente institucionalizadas y escolarizadas. Somos conscientes de la dificultad y de los riesgos. Pero no podemos dejar de ser utópicos en el buen sentido del término.[22] Es una tarea primordialmente prospectiva. No existen actualmente modelos ciento por ciento válidos. Necesitamos buscar nuevas formas. Esta tarea de búsqueda incumbe también a los pedagogos. Una "escuela" que quiera preparar ciudadanos para la nueva sociedad ha de buscar cuanto antes formas de comunicación participativa.

Notas

1 Martínez, Manuel (1971). "Medios de comunicación y relaciones sociales". México, Seminario de Medios de Comunicación Social y Educación.

2 Íd.

3 Castilla del Pino, C. (1969). *La Incomunicación*. Barcelona, Ed. Península.

4 Leemos, por ejemplo en *Pedagogía del oprimido*, de Paulo Freire: «Obstaculizar la comunicación equivale a transformar a los hombres en objetos [...] Nuestra convicción es aquella que dice que cuanto más pronto se inicie el diálogo, más revolucionario será». La práctica «bancaria de la educación es antidialógica por esencia y por ende no comunicativa».

5 Freire, Paulo (1970). *Pedagogía del oprimido*. Montevideo, Ed. Tierra Nueva.

6 Peretti, André de (1971). *Contradicciones de la cultura y la pedagogía*. Madrid, Ed. Studium.

7 Freire, Paulo. Ob. cit.

8 Vargas, Raúl. "Medios de comunicación: ¿expresión o manipulación de las masas?" en *Educación* Nº 6. Lima, Ministerio de Educación.

9 *Comunicación Social y Educación*. Bogotá, Colección Iglesia Nueva, Nº 11, 1971.

10 Bullaude, José (1968). *Enseñanza audiovisual y Comunicación*. Buenos Aires, Ed. Librería del Colegio.

11 Bullaude, José. Ob. cit

12 Castilla del Pino, C. (1970). *Naturaleza del saber*. Madrid, Ed. Taunis.

13 Piaget, Jean (1969). *Psicología y Pedagogía*. Barcelona, Ed. Ariel.

14 Castilla del Pino, C. Ob. cit.

15 Oliveira Lima, Lauro de (1972). *La educación del futuro según McLuhan*. Petrópolis, Ed. Vozes.

16 Freire, Paulo. Ob. cit.

17 Carrasco, Julio "Educación para la participación ciudadana" en *Educación*, Nº 2. Lima, Ministerio de Educación.

18 Íd.

19 Holt, John. "La escuela es un lugar peligroso para los niños" en *Educación*, Nº 3. Lima, Ministerio de Educación.

20 Peretti, André de. Ob cit.

21 Oliveira Lima, Lauro de. Ob.cit.

22 En el vocabulario del lenguaje total *utopía* es un ideal deseable y realizable, pero a largo plazo.

Gutiérrez Pérez, Francisco (1972). Extracto de *El Lenguaje Total. Una pedagogía de los Medios de Comunicación*. Buenos Aires, Editorial Humanitas. Reproducción autorizada por el autor.

El papel de la comunicación tradicional

Extracto de *Un modelo para los medios urbanos-tradicionales: un inventario para el desarrollo africano*

Frank Okwu Ugboajah

En las sociedades tradicionales de África, la comunicación se vale más de mecanismos informales que formales (Doob 1961). El Amhara de Etiopía es un diseminador de rumores, el Tiv de Nigeria es un orador y el Yoruba de Nigeria un poeta conocido por su talento para saludar a personalidades conocidas con canciones apropiadas de tonalidades vocales distintivas (Beier 1956).

Para los africanos, la danza es un medio de comunicación informal, por lo tanto, baila "de felicidad, por congoja, por amor, por odio, por prosperidad, por religión, por entretenimiento" (Doob). El canto acompaña sus actividades cotidianas, optimizando el trabajo en equipo y promoviendo la coordinación en el trabajo comunal manual. La música, como señala Hailey, impregna todas las actividades del africano, desde la cuna hasta la tumba (Hailey 1957).

La escritura existía en África antes de que llegaran los europeos. Los Vai y los Mum de África occidental se comunicaban entre ellos en forma escrita (Hailey), mientras que los Bantu lo hacían mediante símbolos y caracteres de culto (Doob).

Se llevaban registros permanentes en la memoria de los pueblos o en dispositivos mnemónicos o mecánicos. Doob señala que ha aprendido a confiar más en las personas "en vivo y en directo" que en la mayoría de los tabloides metropolitanos de Estados Unidos.

El tambor en el África tradicional funciona como medio de difusión sin silenciadores y comunica ya sea como "firma" o como "habla". Los idiomas africanos son tonales, de modo que los tambores están construidos técnicamente para reproducir los patrones tonales de las oraciones por medio del tono, el timbre y el volumen.

Los Mbutu del Congo imitan las canciones de las aves o los sonidos de los animales con sólo soplar una flauta. Esto transmite un mensaje a los cazadores durante la caza. Una forma especial de "tonografía" puede ser codificada por gritadores expertos para enviar mensajes a las aldeas ubicadas en las montañas. Estos mensajes se decodifican y luego se retransmiten a otras aldeas aledañas.

El lingüista desempeña un papel prominente en la interpretación y difusión de la información. Actúa de mensajero entre los Amhara de Etiopía y se le enseñan notas musicales secretas para establecer la autenticidad de las escritas. Entre los Mossi de Mali, reactúa como intermediario entre la audiencia y el oráculo, y en el cortejo y el matrimonio.

Las cicatrices y los tatuajes identifican el culto y la etnia a los que pertenece quien los usa, además de dar prestigio social. Los ornamentos, los amuletos y las insignias cumplen funciones tanto estéticas como de comunicación y, en algunos casos, suministran información sobre la posición del usuario. El Mende que usa un diente de leopardo pertenece a una familia real.

Las máscaras camuflan a quien las usa y representan a otro ser. Los Igbo de Nigeria creen que a través de ellas los muertos se comunican con los vivos. Las máscaras son espíritus de ancestros benignos para los Dan de la Costa de Marfil. Generalmente simbolizan ceremonias importantes: funerales, festivales del ñame, la instalación de un jefe y las ceremonias de culto.

Quienes van al mercado en África son esencialmente comunicadores que reciben y difunden información desde ahí. Además de ser sitios donde se compran, venden o canjean artículos comerciales, los centros de mercado cumplen la función social de ser un lugar para encontrarse con amigos y participar en las festividades del día de mercado, en el que es probable que se establezca una comunicación importante entre familias, amigos y parientes lejanos en la mesa de comida o en la fiesta de bebida que tiene lugar después.

La comunicación desempeña un papel importante de cohesión entre los pueblos tradicionales africanos. La estabilidad de los Igbo de Nigeria es evidente en su sistema de gobierno tribal, que fomenta una considerable comunicación informal a través de un sistema grupal de estructura social de la aldea, de las sociedades secretas y títulos, de la estructura exogámica del matrimonio, de los oráculos de culto.

Para los africanos, en una sociedad tradicional la ley no se puede diferenciar de las costumbres. Por lo tanto, la norma de la ley está guiada por sanciones originadas en "un cuerpo de reglas (comunicables informal y formalmente) que regulan los derechos e imponen los deberes correlativos" (Allot 1953). La desaprobación social implica el retiro de la comunicación o el uso de la misma para castigar.

Lo más importante de la comunicación tradicional en África es que su audiencia ha aprendido a asignarle un valor considerable. Los medios tradicionales tienen fuerza y credibilidad. Dan estabilidad a las instituciones nativas africanas.

El África colonial y la comunicación

Con este trasfondo tradicional, es pertinente reflexionar sobre el África colonial e investigar el papel que la comunicación desempeñó o no logró hacerlo.

La gloria tanto cultural como comercial de África y sus sistemas de comunicación sufrieron un golpe mortal en el siglo XVI, cuando los portugueses irrumpieron en el continente. Ellos y las demás potencias europeas que los siguieron lograron "interrumpir el flujo del comercio y asestar un golpe duro a la vida económica de gran parte de África".

La consiguiente trata de esclavos drenó los recursos humanos y económicos de África. Se impuso una cultura ajena y, hacia el siglo XIX, la ruptura cultural y comunicacional alcanzaron un nivel sin precedentes.

Los barones comerciales que primero entraron en contacto con África quizá no contemplaban la colonización, pero los cónsules extranjeros destacados a puestos africanos ambicionaban posiciones más altas y de mayor gloria administrativa. El cónsul británico en Fernando Po, por ejemplo, persuadió al gobierno de su país, en 1861, a obviar su política anticolonialista y permitirle ocupar Lagos, Nigeria (Hatch 1970). Ese mismo año, Lagos fue declarada una colonia británica, su rey fue subyugado y se nombró a un gobernador para imponer el dominio británico sobre los pueblos e instituciones africanos.

Los europeos comprendían muy poco el modo de vida simple de los africanos y la generación de experiencia que lo respaldaba. Esto impidió una comprensión de las prácticas y la organización social africana.

En su ignorancia, el colonialismo fue confundido con el comercio por el africano que quería cambiar algún aspecto de su modo de vida tradicional. Este cambio fomentó aún más la impresión errónea de los europeos, quienes tendían a juzgar las costumbres africanas a partir de sus "peores" características.

La agricultura, que es todo un patrón de vida para el africano y que, según Shalaby (1950) "es un modo de

vida altamente integrado [...] que abarca la expresión emocional, los lazos familiares, los sentimientos religiosos, el intercambio social y los hábitos de comportamiento establecidos", recibió poca empatía por parte de los europeos y se posicionó como contraria a actitudes profundamente enraizadas.

Las potencias coloniales impusieron una monocultura inflexible en diversas naciones africanas con el fin de satisfacer las necesidades de su gobierno de origen. Por ejemplo, los agricultores Ashanti cultivaban cacao para cubrir la demanda británica de bebidas y dulces; Nigeria satisfacía la de las fábricas bélicas; el maíz de Kenia, la de los colonos blancos ganaderos; el algodón de Tanzania pagaba las pérdidas británicas en la India.

Sistema educativo contraproducente

La educación colonial se dirigía a satisfacer la limitada demanda de empleados administrativos y asistentes semicalificados. El diseño del sistema escolar se oponía a la creación de una agricultura moderna necesaria para resolver problemas económicos primarios. Las escuelas coloniales ponían el acento en la memorización repetitiva y el aprendizaje de estudios en humanidades y clásicos, ajenos a la cultura africana. La educación técnica fue obviada y la enseñanza de las ciencias sociales y naturales introducida sólo muy tardíamente (Liebenew 1969).

Brewster (1964) encontró en un estudio que la planificación colonial de la educación asignaba poca prioridad a la comunicación masiva, la ingeniería y la agricultura. De los 7.894 estudiantes matriculados en las universidades de África tropical se halló que, entre 1958 y 1959, 4% seguía cursos de agricultura, 7% de ingeniería, 20% de humanidades, 20% de ciencias naturales, 14% de ciencias sociaes, 12% de derecho, 11% de educación, 8% de medicina y 4% de bellas artes.

El misionero cristiano que acompañó al europeo, concentrado en la expansión territorial y económica, no intentó redefinir su meta de "ganar conversos", aun cuando los resultados revelaban que dicha meta era ineficiente. El misionero se adhería rígidamente a las formas occidentales de la Iglesia. «Esperamos que nuestros conversos», declaró un misionero, «se adecuen a nuestro modo de vida, adopten nuestras formas rituales y tomen como propios nuestra arquitectura, nuestra música y, quizá, nuestro idioma» (Doob).

Doob señala que el misionero inculcaba música y palabras que comunicaban poco a la audiencia africana. No tomó en cuenta que la música africana carece de las formas métricas de la música occidental, que las melodías occidentales ignoran la imitación del ritmo del habla y la entonación de las palabras, que la música africana requiere de tambores en lugar de un órgano o un piano, que los africanos prefieren bailar en lugar de asentir con la cabeza.

La deidad africana Oluadah Equiano,[1] un niño esclavo Igbo convertido en ministro religioso, descrito como «gobernador de todos los sucesos, especialmente nuestra muerte o nuestro cautiverio» fue desestimado por el misionero por no ser cristiano y, por lo tanto, constituir una creencia prescindible. Así, el cristianismo actuó como un accesorio del imperialismo colonial y demostró poca misericordia hacia las instituciones religiosas y culturales que existían en el África.

Notas

1 Oluadah Equiano fue secuestrado cuando pequeño en su aldea en Igbolandia, el Estado Central oriental de Nigeria, en el siglo XVIII y vendido como esclavo en Virginia, Estados Unidos. Luego, fue revendido en Gran Bretaña, donde creció, trabajó arduamente y compró su libertad. Equiano se convirtió en ministro religioso y se casó con una joven británica. Dedicó toda su vida a trabajar y predicar contra el tráfico de esclavos. En sus memorias, registró el primer recuento hecho fuera de África acerca de la vida en Igbolandia. Recordaba que «los Igbo creen en un solo Creador de todas las cosas, que vive en el Sol y está rodeado de un cinturón, jamás bebe, pero fuma una pipa». (Hatch 1970).

Bibliografía citada

Allot, A. N. (1953). "Customary Law of the Akan People" en *African Studies*, Vol. 12, N° 1, marzo.

Beier, H. U. (1956). "Yoruba Vocal Music" en *Africa Music*, Vol. 1.

Brewster, S. (1964). "Foreign vs. Indigenous Education" en Don C. Piper y Taylor Cole (eds.) Post-Primary Education and Political and Economic Development. Durham, N.C., Duke University Press.

Doob, Leonard (1961). *Communication in Africa, A Search for Boundaries*. Yale University Press.

Hailey, Lord (1957). *An African Survey: A Study of Problems Arising in Africa South of the Sahara*. London, Oxford University Press.

Hatch, John (1970). *Nigeria: The Seeds of Disaster*. Henry Regnery Company.

Liebenow, Gus J. (1969). *Agriculture, Education and Rural Transformation*. Indiana University, Dept. of Political Science.

Shalaby, Mohamed M. (1950) *Rural Reconstruction in Egypt*. Le Caire, Association égyptienne d'études sociales.

Ugboajah, Frank Okwu (1972). Extracto de "Traditional-Urban Media Model: Stocktaking for African Development" en *Gazette: International Journal for Mass Communication Studies*, Vol. XVIII, No. 2. Sage Publications Ltd. Reproducción autorizada por la editorial.

Participación y comunicación

Extracto de "*Comunicación horizontal*"

Frank Gerace
con la colaboración de Hernando Lázaro

Hoy en día se habla mucho de la participación. En particular, son los gobernantes quienes prometen más participación en la gestión del Estado. El concepto de participación deriva de las ideas fundamentales de la democracia, pero las condiciones de la vida moderna han puesto de manifiesto que las más de las veces hay muy poca participación de las bases en la mayoría de las actividades humanas.

Parece que la palabra y el concepto han cobrado nuevo vigor precisamente porque el hombre de hoy se da cuenta de su marginación de una serie de decisiones vitales para su bienestar. Sin embargo, el renovado interés en la participación no ha impedido que muchas veces todo se quede en *slogans*. Es evidente que no hay gobierno que no proyecte más participación de sus ciudadanos en sus programas pero son contados los gobiernos que lo realizan.

Las causas para el trecho entre el dicho y el hecho son muchas y lo más interesantes es notar cuáles son las sugeridas por los de arriba y cuáles por los de abajo. El diagnóstico de causas oscila entre acusaciones a la apatía de las bases y al autoritarismo de los dirigentes.

Inclusive hay dirigentes que dicen que en muchas tareas urgentes hay que posponer la participación popular por la premura del tiempo.

Es un hecho que una gran parte del impulso dado al estudio de las comunicaciones en Estados Unidos proviene del sector de publicidad, del gran comercio. Era inevitable que, como resultado de la investigación hecha en el campo del mercado y la publicidad, quedara la teoría de comunicación marcada con preocupaciones y puntos de vista comerciales. El proceso de comunicación ya no se considera sólo mecánicamente como fuente-canal-receptor, sino como un proceso de compra-venta de ideas.

Surge la pregunta ¿Qué debe primar, la realización de tal o cual meta, o la profundización del proceso destinado a lograr la meta? Es cuestión de prioridades.

En cualquier empresa, sea de gobierno o cooperativa, hay personas que dan más importancia a la ejecución de un trabajo y hay otras que ponen su énfasis en el proceso humano vivido mientras se busca la meta.

La mentalidad que se impacienta con la ineptitud o apatía (real o imaginada) del pueblo es una mentalidad de clara orientación hacia metas. Antes de arriesgar demoras o modificaciones, la persona que encarna la mentalidad-metas prefiere renunciar a la participación de los demás.

Prioridad de proceso

Sugerimos que la mentalidad que da prioridad al proceso es la más adecuada para lograr participación en proyectos comunes.

Más adelante, al sugerir un modelo de comunicaciones participadas trataremos las objeciones, entre ellas la de la premura del tiempo, que se presentan.

Por el momento, después de encarar el problema de la participación en términos de meta-proceso, quisiéramos dejar claramente expresada nuestra convicción de la prioridad del proceso por dos razones.

Primero, para contrarrestar la tendencia eterna de los que detentan el poder hacia el paternalismo cuando no el autoritarismo. Donde hay más atención al proceso participado de la toma de decisión y ejecución mancomunadas, se establecen frenos al abuso (más adelante tocaremos el punto del aporte positivo que siempre brindan los de abajo).

Segundo, para combatir otra tendencia de los de abajo, "el miedo a la libertad". Sin una progresiva introducción a la responsabilidad, el deseo tan pregonado de mayor participación se condena a ser retórica hueca, por ser más inclinado el hombre al camino de menos esfuerzos.

Para que el pueblo participe es necesario que tome conciencia de su dignidad. Para tomar conciencia de su dignidad el pueblo tiene que expresarse. Tiene que decir su palabra. Cada hombre vive empapado de la realidad en que se mueve.

La experiencia del pueblo

Muchas veces la rutina o la dureza de la vida como también la educación, la propaganda, el acondicionamiento y otros factores le hacen imposible reflexionar sobre esa vida. Pero nadie vive bombardeado de experiencias sin que esas experiencias le afecten. Y las experiencias que vive el hombre del pueblo son experiencias económicas, sociales, religiosas y políticas. Cualquier programa que pretende tocar la vida del pueblo, en mayor o menor grado, sea programa gubernamental o voluntario, maneja la materia prima de las experiencias vividas del pueblo. No se trata de cifras, de estadísticas, sino de la vida. Para no falsear estos programas se necesita la participación del pueblo en su investigación, planificación y ejecución.

Pero ¿quién escucha al pueblo? ¿Se lo escucha cuando se realizan sondeos y encuentros?

Es sabido que por más honestos y capaces sean los encuestadores, su condición sociocultural entra en cada etapa de su trabajo, condicionando los resultados.[1]

¿Se escucha al pueblo a través de sus "voceros responsables" o "dirigentes"? ¿Quién califica de "responsables" a estos señores que hablan por el pueblo?

Sigamos con el hilo unificador de esta reflexión... ¿Cómo lograr la participación del pueblo en todas las decisiones que le afectan? Hemos dicho que para que el pueblo participe tiene que vencer su miedo a la libertad. Tiene que tomar conciencia del valor de su experiencia. Tiene que decir su palabra. Hemos llegado al momento de sugerir que el problema de la participación es problema de comunicación.

Saltamos muchos eslabones del argumento al decir esto. Es evidente que hay muchas maneras de lograr la concientización. A veces se la consigue de golpe al experimentar en carne propia las contradicciones de una situación. A veces se la alcanza a través de grupos de reflexión. Pero la concientización siempre implica un juicio crítico logrado en una *situación* dialéctica y dialógica.

La comunicación

Lo que nos interesa en este momento es el papel de la comunicación y de los medios de comunicación en el proceso de la comunicación. Es evidente que ésta abarca mucho más que los llamados medios de comunicación. Enfatizamos el marco de referencia de los medios de comunicación en este estudio de la participación popular por varias razones.

Porque, por nuestra trayectoria profesional, hemos trabajado con los medios de realización de radio, TV y cine. Si ha de haber forma de poner los medios al servicio del pueblo, tendrá que ser con el concurso de las personas dispuestas a romper con el hermetismo profesional, compartiendo el conocimiento de los instrumentos de información tan

Es un hecho que ha llegado la era electrónica, la cibernética, llámese como se quiera. Sólo es cuestión cuantitativa la diferencia entre el impacto causado por estos medios en Lima y el que sufre el campesino del altiplano. La realidad es la misma, los medios masivos de comunicación calan hondo en el mundo de hoy. No faltan quienes interpretan la naturaleza de los *mass-media* y sus efectos en la sociedad. Las más de las veces, estos autores son tecnócratas de la nueva industria de la información o, cuando menos, intelectuales cuyo marco de referencia son las hazañas de la electrónica en los países altamente desarrollados.
La consecuencia dañina del proceso de divulgación e interpretación de los modernos medios de comunicación es que la ideología político-económica de la industria de la información se avala con el prestigio de los logros técnicos.
Se completa el círculo vicioso. Los dueños de la industria de la información se convierten en magnates de la industria cultural. El tercer mundo no tiene elección libre. Los medios de comunicación le llegan ya cargados de ideología, "programados" en dos niveles:

1. La reflexión e investigación existentes se hacen por y para los medios de comunicación al servicio de la sociedad de consumo.
2. El contenido invariablemente refleja los valores de la misma sociedad de consumo.

importantes para nuestra era como lo eran la pluma y el libro en anteriores épocas.

Otro motivo que nos impulsa a estudiar la relación entre la participación y los medios de comunicación es la convicción de que actualmente existen muchos abusos en la industria de las comunicaciones. Si sugerimos alternativas horizontales de comunicación dialógica a través de los medios modernos, es por haber visto que la industria comercial (y en gran parte las actividades estatales verticales que se han inspirado en los moldes comerciales de producción) está casi irremediablemente distorsionada.

Considerando las relaciones que se ejercen entre los distintos medios de comunicación y los centros de poder bancario, comercial y agroindustrial en Latinoamérica, salta a la vista que los intereses creados en torno a la divulgación de una opinión no permitirán que el pueblo se exprese libremente a través de estos medios.

Aun en las situaciones contadas donde la dominación de la oligarquía ha sido limitada (algunos periódicos y emisoras cooperativizados, algunos países que han entrado con mayoría de voz en la gestión de estaciones de TV, etc.) siguen operando con muchos de los mismos mecanismos.

Primero, por la mentalidad de muchos periodistas y artistas que continúan enfocando su información en conclusiones antipopulares.

Además, dado el ambiente creado por la publicidad comercial, que no cesa de presentar como ideales los valores burgueses de la sociedad de consumo. El bombardeo de estímulos alienantes de comedias, humor, situaciones, valores y productos burgueses torna ridículas las medidas de arrebatar a los antiguos señores de la industria cultural una parte de su lucro.

El afán de consumo de los productos de sus empresas que se inculca al público recompensa con creces al comercio esa parte de utilidad de la renta de publicidad que han perdido en virtud de nuevas leyes más rígidas. Por lo tanto, no abandonan el campo de los medios masivos de comunicación y siguen imprimiendo la estampa burguesa a toda la producción que pasa por sus manos.

Comunicación vertical

Finalmente, nos interesamos en el estudio de la participación en el proceso de comunicaciones por los peligros inherentes a un uso equivocado de los medios masivos por parte del propio gobierno y de las instituciones privadas.

Insistimos en que el peligro que representan los medios de comunicación para una liberación y concientización del pueblo no son sólo las ideologías antinacionales, los valores alienantes y el control del gran comercio, sino además la masificación del público y la propaganda antidialógica y vertical que siempre es tentación para los que con buenas intenciones usan los medios de comunicación buscando llegar al pueblo. Esto es el meollo del problema. Aquí se recogen todos los hilos de lo de arriba. ¿Cuál orientación ha de primar?, ¿la de metas, o la de proceso?

> No nos conformamos con la visión quietista del concepto de fomentar la crítica en el "receptor". No es cuestión sólo de procurar que el oprimido se dé cuenta del contenido dominante y alienante de los programas de la industria cultural. Este achatamiento del concepto del juicio crítico no difiere mucho de la enseñanza tradicional o religiosa que dice que primero hay que cambiar al hombre para que el hombre cambie las estructuras. Se trata de cambiar las estructuras. No se trata de cineforos que continúan descubriendo América, sino de que las estructuras son injustas.

> El control de los medios de comunicación por el pueblo es un aspecto de la toma definitiva del poder por las masas. La única solución definitiva al problema de la comunicación es una solución política.

Nos asusta la posibilidad de una programación centralizada, escrita por ideólogos, producida por profesionales y transmitida por técnicos que tenga la finalidad de fomentar la participación y la concientización. No se puede inculcar el espíritu crítico en la audiencia de la misma manera en que se vende jabón. La participación es una vivencia. Sólo se puede aprender a participar participando. Es posible informar sobre la participación pero no se puede enseñar participación.

Otra vez se nos presenta la disyuntiva meta-proceso, pero ahora con otro matiz.

Si una institución normativa quiere llevar su mensaje al público, es evidente que tendrá que utilizar los medios de comunicación como canales de información. Aun en este caso, hay quienes insisten en que nadie educa a nadie, en que una educación unilateral es contraproducente a la larga. Pero para fines del argumento, aceptaremos la utilización de los medios de comunicación para la divulgación de información.

Sin embargo, en los casos de organización, desarrollo de comunidades, concientización o participación popular, parece ser contradictorio en sí un uso unidireccional o vertical de los medios de difusión.

La finalidad de este trabajo es sugerir que los encargados de educación o de difusión de las entidades que sirvan al pueblo distingan entre los posibles usos de la comunicación. Si hay el deseo de desencadenar un proceso de participación auténtica, parece evidente que es necesario proceder en una forma dialógica y horizontal para permitir la participación con todos sus riesgos. Pero dentro de toda entidad de finalidades globales, sea de gobierno o cooperativa, hay formas de coordinar en algún nivel las actividades independientes de información, por una parte, y de capacitación, por otra. O llámese la disyuntiva difusión-promoción. Hemos visto muchos casos y experimentado otros más que indican que el departamento que quisiera abarcar ambas actividades termina por supeditar la participación a la urgencia de difundir datos, informaciones o la visión de la entidad matriz.

Ubicándonos en términos de las alternativas arriba esbozadas, optamos por la prioridad de la comunicación horizontal. Lo más natural, lo que sucede sin esfuerzo es la comunicación vertical. La misma terminología que manejamos nos condiciona a pensar en términos de "fuentes" y de "receptores". Lo que va contra la corriente, lo que es reto humanista y revolucionario, es la búsqueda de nuevos modelos de comunicación horizontal.

Al aclarar nuestra postura de apoyo a todos los esfuerzos de comunicación participada, no lo hacemos sólo por rechazar la ideología de consumo propagado por los canales comerciales. Ni los canales públicos escapan a la influencia de las grandes fuentes de financiación. Al mismo tiempo que la Fundación Ford está trabajando en Colombia, Brasil y Argentina con la TV educativa, están saliendo informes sobre la parcialización de la TV educativa norteamericana hacia intereses comerciales. El dato interesante es que la TV educativa en Estados

> El mismo término "comunicación" encierra mucha confusión. Si la comunicación no suscita comunión, si no unifica los polos comunicadores y *comunicantes*, es mera información.

Unidos recibe la mayor parte de su financiación de la Fundación Ford. Las consecuencias para América Latina son obvias.

Así, pues, la razón fundamental por la cual consideramos urgente la implantación de una comunicación horizontal no son los peligros de los medios comerciales, puesto que no hay cómo evadir la influencia del capitalismo, sino el deseo de evitar los actuales moldes masificantes del medio mismo. En otras palabras, el "estado del arte", su práctica actual, imposibilita la concientización a través de los medios verticales de comunicación.

Por definición, el realizador de un programa de radio o TV es el encargado de producir un conjunto de imágenes y argumentos. Es el que compagina los elementos sensoriales y racionales. Los oyentes, llamados "receptores" en la teoría vigente de la comunicación, sólo reciben lo prefabricado. Aunque el programa sea un documental sobre las aspiraciones culturales del campesino aymara, el productor que concibe la idea y el realizador que le da su forma, más que seguro no serán campesinos aymaras. El medio mismo impone esta dicotomía entre el mensaje y el que lo prepara y anuncia.

La economía prohíbe que un empírico (el campesino por ejemplo) filme metros de película de 16 mm. El tiempo del estudio para la mezcla del film, sonido, entrevista, VTR está cotizado en minutos/hombre. La expectativa del público oyente y espectador es tal que los programas tienen que ser "amenos". La técnica impone limitaciones a la libertad y encauza la expresión humana.

> La educación no es transmisión de datos. De ahí que sea imposible que haya educación donde una emisora da importancia desmedida a la meta de lograr mayor alcance. Mientras más alcance, más oyentes; mientras más oyentes menor proporción de participación en la producción; mientras menos participación en la producción menos posibilidad de concientización.

> Se habla mucho de la concientización. Sin embargo, se la quiere aplicar a larga distancia. Esto descubre errores básicos en cuanto a la concientización. La concientización no se enseña; se logra. Se alcanza en el terreno. Es el momento culminante de un proceso. Sólo el que vive la realidad puede iniciar el proceso.

No añoramos la era cavernaria. La tecnología está con nosotros. Pero la tecnología de los medios de comunicación, tal como se lleva actualmente, esclaviza. El profesionalismo, los celos gremiales, la defensa de la fuente de trabajo de los técnicos, todo conspira para mistificar la práctica de la comunicación de tal manera que sea imposible lograr la participación valiéndonos de la radiodifusión tal como se la practica actualmente.

Alternativa

Lo que buscamos es la manera de poner la tecnología al servicio del pueblo. Esto se hace posible hoy en día con la nueva tecnología. Operaciones técnicas que antes eran complicadas y limitadas a los técnicos ahora están al alcance de todos. Pensemos en el automóvil y en cómo hace pocos años era todo un oficio ser chofer. Ahora el *brevet* de chofer en muchas sociedades es casi tan normal como el carné de identidad.

La cámara fotográfica, la grabadora a pilas y el instrumento revolucionario —el *videotape* portátil— posibilitarán como nunca antes la participación. ,

Para las masas pobres, estos instrumentos no dejan de ser caros. No decimos que todo está al alcance

del individuo del pueblo. Pero tampoco está el auto al alcance de todos nuestros países. Sin embargo, la conducción del auto se ha demistificado. Además, estamos considerando el uso de los medios de comunicación para la participación. Un factor presente es la existencia de las instituciones que se declaran interesadas en la participación del pueblo. Estas mismas instituciones que manejan la alternativa de trabajar con los medios masivos y masificantes o con los nuevos medios horizontales pueden demostrar la consecuencia de sus principios con su práctica, aplicando parte de su presupuesto de operaciones a conseguir lo necesario para que el pueblo se exprese a través de los medios de comunicación.

Cuando el marginado aprende a usar una grabadora, cuando tiene a su cargo una emisión radial, cuando documenta su realidad con *videotape*, suceden cosas interesantes. El mero uso de los aparatos lo lleva a una reflexión crítica en dos niveles. Él aprende que un programa radial se produce a través de un proceso de selección y de compaginación. Él se da cuenta de que son hombres como él quienes lo producen. Él mismo lo ha hecho. Nunca más será el oyente crédulo de los comunicados del gobierno o del sindicato o de los partidos políticos.

Además, comienza a valorizar lo propio. La persona que ha enfocado una cámara ve con nuevos ojos. Cae en cuenta de la importancia de su mundo y de su visión del mundo. Se expresa.

Ejemplos

Las experiencias hechas con *videotape* en manos del pueblo arrojan interesantes resultados. Se logra un proceso de percepción crítica de la realidad, una concomitante evaluación de lo ajeno y valorización de lo propio que producen una síntesis creativa personal. Todo lo buscado por la educación liberadora, la concientización y la revolución cultural encuentra su arma de realización cuando se ponen los medios de comunicación al alcance del pueblo oprimido. Si de veras se busca la participación, es necesario reconocer que el pueblo participará activamente sólo cuando se respeta su aporte, cuando se le da su palabra. La imposición de *slogans* y programas tendrá algún valor al presentar elementos de reflexión pero la reflexión es interiorizada sólo por sujetos activos, nunca por receptores pasivos. El problema es de metodología. ¿Cómo se consigue que el receptor sea activo?

> Donde no hay diálogo no hay concientización. El diálogo demanda una común inserción en la misma realidad.

Podría ser interesante dar algunos ejemplos de producción participada. Entre muchos posibles ofrecemos el uso de historietas de radio y de *videotape*.

Si se pretende preparar un mensaje utilizando el código popular de *comics* o historietas, es posible incorporar al grupo destinatario en cada nivel de la producción. Esto requiere que los ideólogos se sienten con representantes del pueblo para escoger los temas centrales. Los artistas tienen que preparar los bocetos junto con el pueblo. Es necesario reconocer que no hay trabajo acabado de una vez por todas si se habla de participación.

Toda la mentalidad de lograr metas, por ejemplo la publicación de una historieta sobre la reforma agraria, tiene que cambiar. Se trata de llevar un proceso, no de lograr una meta. El equipo "productor" tiene que asistir a sesiones dialógicas donde se usan los materiales para ir adaptándolos a la realidad lingüística y cultural del pueblo.

Otra posibilidad de fomentar la participación activa de una región en cualquier proceso de desarrollo sería por medio de centros satélites de iniciación de diálogos relacionados con una central de coordinación. Cada grupo satélite (sindicato, junta vecinal,

comunidad indígena, etc.) tendría una grabadora a casetes.

Cada grupo humano grabaría algo sobre sus inquietudes. Las casetes pasarían de grupo en grupo para estrechar vínculos de solidaridad entre los grupos a la vez que se fomentaría la crítica de la visión del otro grupo. Periódicamente, representantes de los distintos grupos se reunirían en el centro para sintetizar, compaginar y comentar las visiones de cada filial.

Hay infinidad de variaciones posibles de la experiencia. No es necesario limitar los aportes de los grupos a un comentario social. Se pueden originar expresiones artísticas para compartirlas. Además, de vez en cuando una declaración nacida de la "cadena" informal de comunicaciones horizontales podría ser aprovechada por los medios masivos aunque no sea su finalidad principal.

El proyecto de grabadoras descentralizadas puede montarse con un mínimo de entrenamiento de personal o de labor de convencimiento de los participantes. No se les vende un proyecto más, más bien se les facilitan los medios para comunicarse mejor. Se aprovechan los vínculos humanos existentes, no se arman jefaturas ni burocracias.

El modelo de grupos de generación de materiales vinculados con un centro cooperativo de coordinación no está limitado al uso de grabadoras de sonido. Se adapta hasta mejor al uso del *videotape*. Los mismos principios rigen pero los costos de equipos y de materiales son mayores. Otra forma interesante de usar el *videotape* es la participación popular en la resolución de contradicciones operacionales o ideológicas. Se ha perfeccionado la "mediación" por medio del *videotape*. En casos de tensión entre dos grupos, se graban entrevistas con un grupo en las cuales éste expresa su punto de vista, sus quejas, etc. Se reproduce la cinta para el otro bando, grabando a su vez sus reacciones, etc. Se nota que muchas veces opera la dinámica de una comprensión

> No hay posibilidad de diálogo entre el opresor y el oprimido. El diálogo es el encuentro de las personas a través de la común vivencia que comparten. El diálogo no nace del deseo de intercambiar ideas sobre una idea o teoría. La misma realidad que toca la vida de las personas es la que los une en el diálogo. Siendo que la visión del mundo del opresor no concuerda en nada con la del oprimido, nunca puede existir diálogo entre ellos sino solamente otra forma sutil de dominación y propaganda. El diálogo sólo puede producirse entre los dominados. Y el verdadero diálogo puede ser para ellos un medio de salida de su estado de dominación.

del punto de vista ajeno, que no se logra al calor de careos y confrontaciones personales. Además entra en juego la autocrítica al verse implacablemente registrados en la grabación.

Estos ejemplos, someramente esbozados de comunicación horizontal, sirven para organizaciones y niveles inferiores y a la vez pueden adaptarse a programas nacionales. Por ejemplo, el "cerebro" que recoge los estímulos de los "ganglios", es decir el centro cooperativo de coordinación que ordena y sintetiza los trabajos de los grupos satélites, podría ser un instituto nacional que proporcionaría materiales y asesoría para los contenidos informativos, políticos o artísticos provenientes de otros centros regionales y zonales. Al parecer, algo así debería existir en cualquier plan de difusión nacional. El instituto nacional no concebiría su labor como la de originar contenidos sino coordinar las aportaciones populares.

De cualquier forma, sea en el nivel superior o inferior, sea con teatro, títeres, radio o TV, la visión reguladora que debe inspirar todo intento de

fomentar la participación popular a través de los medios de comunicación requiere de esa participación en todos los niveles del proceso.

Objeciones

Pero suele haber objeciones a todo planteo del concepto de comunicación horizontal. Las más comunes son:

1. Que el pueblo es ignorante y no tiene nada que aportar y que más bien hay que enseñarle.
2. Que el pueblo, aunque tuviera algo que decir, no puede manejar la tecnología de los medios de comunicación.
3. Que aunque se reconozca el valor de la expresión del pueblo y de su capacidad para manejar la tecnología simplificada, no se puede arriesgar la infiltración de elementos negativos (por ejemplo, agitadores políticos que acapararían el uso de la palabra del pueblo para sus fines creados).
4. Aunque se reconozca el valor de la expresión del pueblo y de su capacidad para manejar la tecnología simplificada y aunque se acepten los riesgos democráticos de la libre expresión, no se puede permitir el lujo de un proceso participado de comunicación en vista de la premura del tiempo para lograr la educación o el desarrollo, etc.

Todas estas objeciones demuestran la falta de confianza en el pueblo y la mentalidad arraigada

> Para que sea efectiva la concientización, es necesario buscar la conexión entre todos los aspectos de la realidad revelada en el diálogo a fin de que la visión global, la síntesis, sirva para cambiar la realidad en sus manifestaciones injustas.

de orientación hacia las metas antes que hacia el proceso.

Todas las cuatro objeciones son inconsecuentes con la intención declarada de fomentar la participación.

Las primeras dos descubren vestigios de una cultura clasista que nunca podrá fomentar un verdadero ascenso de las masas. Las dos segundas objeciones descubren una mistificación de la tecnología y un latente desarrollismo que nunca podrá aprovechar los ricos recursos humanos de los pueblos en proceso de despegue.

1. En cuanto a la ignorancia del pueblo, sólo podemos reiterar que no hay desarrollo sino a partir del propio "rollo" de un pueblo, de su acervo cultural único. Toda la pedagogía de liberación, todos los estudios antropológicos y etnológicos nos indican que el pueblo conoce su vida y que la vida de una nación es la vida de su pueblo. No puede haber revolución cultural que no emane de los valores idiosincráticos de un grupo humano.
2. Al decir que el pueblo no puede dominar la tecnología de los medios de comunicación se olvida que aunque todo desarrollo es modernización, no toda modernización es desarrollo. Nuestro argumento corta de raíz la segunda objeción porque renunciamos a la macrotecnología para la comunicación participada.
   Es verdad que la tecnología de los medios masivos verticales imposibilita el acceso del pueblo al proceso de comunicación. Por eso sugerimos la tecnología más ágil, más accesible de la comunicación horizontal.
3. La tercera objeción es la que aflige a muchas personas dedicadas a labores urgentes de reestructuración de la sociedad. Se preguntan si la premura del tiempo y la urgencia del cometido permiten una participación dialógica del pueblo en tareas urgentes, como por ejemplo la reforma agraria.

Dado que los medios masivos, la TV y la radiodifusión están en manos de los opresores, no se puede esperar que ayuden en la liberación de los oprimidos. Esperar esto sería tan absurdo como esperar que la casta privilegiada de guardias de un tirano ayude en su derrocamiento. Los interesados en tumbar al tirano tienen que utilizar otra táctica, tal vez la guerra de guerrillas. Los nuevos medios de comunicación hacen posible la guerrilla contra la tiranía de los medios masivos que detentan las clases dominantes. El *videotape*, las grabadoras y casetes son las nuevas armas que se tienen que empuñar en la guerrilla de la comunicación dialógica.

La única posible respuesta a esta observación es recordar que el pueblo tiene su historia. Las actitudes, los hábitos operativos de un pueblo, más aún de un pueblo no-tecnificado, son resultados de procesos históricos y no se cambian de un momento a otro. El momento de decisión de los responsables superiores de tomar medidas en tal o cual caso, no guarda ninguna relación con la historia personal de los afectados.
La fecha de la promulgación de una ley simplemente no entra en la cronología del pueblo. Tiene que encarnarse. Tiene que sufrir el mismo proceso de asimilación que sufrieron otros elementos de la cultura popular.
En este estudio somero no podemos sino remitir a los interesados a las investigaciones antropológicas sobre el aprendizaje popular. La sabiduría popular nos recuerda que "despacio se va lejos". La historia de las misiones católicas del altiplano nos demuestra que los valores autóctonos andinos se mantienen vigentes después de 400 años de actividad catequística.

4. El peligro de infiltración de elementos disociadores del proceso de comunicación horizontal como señala la cuarta objeción, es peligro real. Es evidente que el pueblo no es ideológicamente virgen. Sólo podemos decir que no hay forma, a menos que sea la represión directa, de eliminar del todo la presencia de actividades negativas dentro del seno de un proceso.

Parecería que mientras más participada la comunicación, se da más posibilidad al pueblo de descubrir la propaganda ajena a sus intereses. Una nota esencial de los modelos de comunicación que presentamos es la revisión continua por el mismo pueblo. La finalidad del proceso no es lanzar comunicados a otros grupos sino maximizar la comunicación interna. En muchos casos los puntos de vista parciales, movidos por consignas ajenas a la situación real del pueblo, serán refutados en el momento de lanzarse. Aun en el caso de posible mistificación y engaño del pueblo, la experiencia de enfrentar estas realidades contradictorias sirve de mucho para lograr el juicio crítico que se busca.[2]

En todo caso, la labor de difusión de ideas "ortodoxas" no cesa por parte de otros organismos de la entidad matriz, sea ésta gubernamental o voluntaria.

En resumen, es necesario volver a decir que para responder a las objeciones a la comunicación participada, hay que aclarar la finalidad de la actividad. Todo depende de la expectativa. Hay que decidir si se trata de metas o de proceso o, en otras palabras, de propaganda o de concientización. Si se responde que se busca la concientización o capacitación, insistimos en que alguna forma de comunicación horizontal se impone. En todo caso, aún subsistiendo el temor de la posible dominación del proceso de comunicación horizontal por elementos movidos por consignas políticas, sugerimos que bien vale la pena dejar el proceso sin frenos.

Tarde o temprano, en alguna situación, cada organización tiene que enfrentar el problema de la libertad de sus afiliados. ¿Cómo se resuelven los conflictos de ideología, de divergencia de opinión en cuanto a la práctica? Este problema se ha planteado en términos de herejía o de reformismo, según los contextos religiosos o políticos en que se da el conflicto.

Las soluciones a la situación conflictiva varían entre represión, expulsión, reeducación y desquiciamiento del organismo primitivo.

Sugerimos que además de las razones de principio de fondo que hemos presentado para la comunicación horizontal, en último caso existe el argumento de que esta forma de comunicación proporciona situaciones controlables, "tubos de ensayo" para que la entidad superior gane experiencia y evalúe sus mecanismos de trato con la oposición espontánea, aislada u organizada.

El equilibrio

El gran reto de nuestros días es encontrar el equilibrio entre la planificación y el pluralismo.

Una última objeción a los modelos de comunicación que se han presentado y al concepto de situaciones "tubo de ensayo" frente al conflicto, podría ser que todo es muy utópico. Se acepta el apelativo de utópico. Sólo las visiones utópicas se liberan del dogmatismo. Hay una estrecha relación entre la comunicación libre y la libertad, entre la propaganda y la opresión. El cometido de construir una nueva sociedad es utópico. No hay modelos actuales ciento por ciento exitosos. Sin embargo, se sigue buscando la forma de fomentar mayor participación en la sociedad.

Es necesario que a la par de la construcción de nuevas estructuras políticas y económicas, se encuentren nuevas estructuras de comunicación. Si no se encuentren formas viables de comunicación participada frente a las promesas y amenazas de los medios modernos de comunicación social, la gran mayoría de la humanidad se ha de relegar al lugar de receptores pasivos de las decisiones de una casta minoritaria de tecnócratas privilegiados.

Notas

1 La encuesta participada trata de obviar esta dificultad, precisamente maximizando la participación de los encuestados en el descubrimiento y diagnóstico de los propios problemas y reduciendo al mínimo la acción de los técnicos. En este modelo de investigación no es el sociólogo quien realiza la investigación, sino el propio poblador que vive en la realidad sobre la que se investiga.

2 La intervención de grupos políticos interesados sirve al proceso. De una parte, no hay que ser ingenuos y hay que darse cuenta de la existencia de personas que sirven a intereses antipopulares, sea consciente o inconscientemente. Pero ello puede servir como autocrítica al proceso si éste se ha desviado. Ningún proceso es perfecto y puede ocurrir que algunos de sus aspectos sean contrarios al pueblo. Otro aspecto positivo de la intervención de grupos políticos contrarios al proceso es que sirve de control. La oposición atacará los puntos más flacos (aunque sea ficticiamente). Todo proceso de madurez tiene que aceptar la pluralidad.

Gerace, Frank (1973). *Comunicación Horizontal.* Lima, Editorial Universo. Reproducción autorizada por el autor.

Cinco estrategias a utilizarse

Extracto de *"Radio's Role in Development"*

Emile McAnany

Una conclusión final a partir de todas las pruebas es que estos proyectos [radiales] carecen de planificación y de un seguimiento administrativo prolijo. Parecería que se presta muy poca atención al establecimiento y la definición de metas, y demasiada atención a simplemente lograr que el proyecto esté operativo; muy poca a la evaluación de resultados y a la capacidad de cambiar o incluso suspender las operaciones, y demasiada a la virtud de la mera autoconservación. Una falta de coordinación entre los proyectos radiales y otros programas de desarrollo en zonas rurales es endémica en la mayoría de los casos examinados. Una mejor planificación y una mayor atención a la administración serían de gran provecho.

La radio ha sido utilizada extensamente en los países en vías de desarrollo para una variedad de tareas, pero su aplicación ha sido esporádica y mal planificada, y el potencial del medio ha sido desaprovechado. No obstante, la radio es el medio masivo para el más prometedor desarrollo rural de la próxima década, aunque sólo sea porque es el único que alcanza a la población rural. Pese a las ideas sugerentes respecto del papel de la televisión en las zonas rurales (Bourret 1971) y el uso creciente de grabadoras de vídeo para el desarrollo comunitario (Gwyn 1972), la eficacia de la radio en función de sus costos sigue siendo comparativamente más prometedora.

¿Qué papel debe desempeñar la radio en los próximos diez años y cómo podrían fomentar dicho papel los interesados en la educación y el cambio social en las zonas rurales? A partir de esta evaluación, surgen algunas recomendaciones tentativas:

1. Hay que hacer un mayor esfuerzo por establecer los costos de las diversas estrategias radiales. Esto se debe realizar en dos etapas: primeramente, es necesario reunir algunos costos de proyectos en curso para examinar empíricamente en qué gastan su dinero; en segundo lugar, hay que llevar la cuenta de los costos de proyectos en una etapa inicial. De esto se debería derivar una consideración de qué gastos se deben hacer, y qué porcentajes del presupuesto asignar a las distintas partes del proyecto radial según las diversas estrategias.
2. Al promover proyectos nuevos, se debe poner énfasis en una planificación cuidadosa y una definición clara de los objetivos. Hay que comprender a fondo el problema de desarrollo que se está abordando y elaborar los supuestos que subyacen tras el método seleccionado. En el caso de las estrategias más orientadas a la comunidad, tales como los foros rurales, las escuelas radiales y la animación, éstas exigen una coordinación con los organismos rurales existentes a fin de articular las actividades de desarrollo en un esfuerzo común. En el caso de la radio educacional, una planificación meticulosa del programa de estudios es un aspecto esencial pero, en la mayoría de los proyectos pasados, ha sido descuidado. Un poco de esfuerzo en esta área incrementaría enormemente la eficacia de esta estrategia.
3. Los proyectos radiales nuevos se deben articular en un solo planteamiento multimedia, particularmente con los materiales impresos (de manera similar a la promoción del programa Acción Cultural Popular [ACPO] en Colombia), a fin de hacer llegar material de lectura apropiado a las personas recientemente alfabetizadas. Dicho material debe ser pertinente a las necesidades familiares, agrícolas y de salud de la vida rural.
4. Los proyectos radiales nuevos, en todas las estrategias, salvo la de difusión por señal abierta, deben asignar una cantidad considerable de tiempo, dinero y esfuerzo a la capacitación de monitores y supervisores de campo, ya que estos son a menudo elementos clave tanto para el aprendizaje como para el cambio social. Es evidente que los proyectos radiales costarán más si prestan un mayor apoyo de campo, pero existen abundantes pruebas del papel crucial del monitor, líder de grupo o animador en el desarrollo rural.
5. Los proyectos radiales nuevos deben tratar de fomentar la mayor participación local posible. Hay que planificar un mecanismo para recepción de opiniones y sugerencias en cada proyecto. Más aún, la radio debe permitir que el líder de grupo localice el mensaje y suscite una respuesta de la audiencia.
6. Se podría seleccionar proyectos radiales nuevos para aquellas zonas del país que han demostrado una mayor conciencia. Esta recomendación reconoce el papel de la radio como acelerador del cambio social y el desarrollo, en lugar de sólo un iniciador del proceso. En el pasado, con demasiada frecuencia hemos experimentado con una técnica dada, olvidándonos del contexto social crucial en el que dicha técnica debe encajar. Si existe una apatía general y los gobiernos no hacen nada para desarrollar las zonas rurales, la radio, por mejor planificada y financiada que esté, no puede cambiar la situación.
7. Se necesita investigar más las estrategias radiales. Dicha investigación podría seguir dos líneas amplias: una evaluación cuidadosa de algunos proyectos pequeños que ya están en marcha a fin de calcular los costos y la eficacia; y una evaluación de varios proyectos piloto que usan las tres estrategias: un caso de difusión de señal abierta, un caso de radio educacional y, quizá, un caso que combine las mejores características de los foros rurales, las escuelas radiales y la animación.
8. La capacitación de los técnicos de producción debe enfatizar las habilidades básicas y la simplicidad del método para que los pobladores rurales mismos puedan participar y comprometerse.
9. Los proyectos radiales nuevos deben estudiar la posibilidad de coordinar la necesidad política de más proyectos controlados localmente con la necesidad económica del uso de tecnología a mayor escala.

Bibliografía citada

Bourret, P. (1971). *Television in rural areas: a low cost alternative*. Menlo Park, California, International Educational Development (mimeografía).

Gwyn, S. (1972). "Cinema as Catalyst: Film, Video Tape and Social Change", informe de seminario. Memorial University of Newfoundland (St. Johns, Newfoundland), marzo.

McAnany, Emile G. (1973). Extracto de "Radio's Role in Development: Five Strategies of Use" en *Information Bulletin* Nº 4, Information Centre on Instructional Technology, Academy for Educational Development (AED), Washington D. C. Reproducción autorizada por el autor y la editorial.

Una conspiración de la cortesía

Joseph Ascroft

1974

La cortesía en los países africanos dicta que no se debe criticar a los huéspedes de honor. Pero esto crea una falta de comunicación entre el personal de asistencia técnica y los africanos locales, lo cual puede obstaculizar seriamente los proyectos de desarrollo.

Acabo de terminar una misión especial en cierto país de África. Mi tarea era estudiar la necesidad de establecer talleres de capacitación en comunicación rural para el personal de desarrollo rural. Mi situación inusual —un "muchacho local" convertido en consultor internacional— dio a mis hallazgos un giro poco común.

Inicialmente, utilicé el típico, y poco original, método de examinar las instalaciones de capacitación y los planes y programas de estudio existentes, en busca de deficiencias y vacíos que, por lo menos en teoría, merecían atención. Este método no me dio muy buenos resultados, principalmente porque los muchos trabajadores locales con los que hablé, entre ellos diversas autoridades del gobierno, tenían una historia más impactante que contar.

A manera ilustrativa, relataré un breve episodio que un empleado público me contó al comentar acerca de un proyecto de desarrollo que parecía gozar de bastante estima en el país.

Seis expertos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) aparecieron con un proyecto elaborado previamente en Roma. Vinieron para crear una comunidad de horticultores que abasteciera a poblaciones cercanas. Negociaron con el jefe local, y ellos pensaron que se estaban comunicando con la gente. Él les dio tierras y les ayudó a reclutar trabajadores. Éstos no provenían de familias agricultoras de primer nivel, sino que eran casos crónicos de holgazanería de los que quería deshacerse. Además, el proyecto contaba con sólo la mitad de los agricultores necesarios que, en gran parte, tenían hogares permanentes en otros lugares, porque para ellos éste era solo un lugar de trabajo, no un lugar donde vivir. Pero los expertos no lo sabían. Pensaban que estaban logrando establecer una comunidad residencial permanente. Pero en cuanto los expertos se fueran, el proyecto y la comunidad simplemente dejarían de existir. ¿Y qué decían los pobladores locales acerca del proyecto? "¡Economistas agrícolas! ¿Qué saben ellos acerca de trasplantar a personas, acerca del desarrollo comunitario, acerca de nuestras costumbres y tradiciones? Sólo miren, dicen que se trata de una comunidad permanente, ¡pero aquí no hay un cementerio!".

Ése era el problema. Efectivamente, no había un cementerio ni se había pensado en tener uno y ni siquiera se había concebido que fuera necesario. Pero todos sabemos que, por esta zona, no puede haber un hogar permanente para los vivos si no hay un hogar permanente para los muertos. Parece un requisito bastante simple y razonable. Sin embargo, los proyectos de desarrollo, tan minuciosamente detallados en cuanto a la planificación técnica, no tienen ninguna salvaguarda contra tales descuidos fundamentales. No obstante, nosotros prescindimos continuamente de la necesidad de comunicarles a los expertos sus deficiencias.

Digo "nosotros" aunque yo también soy un experto de la FAO, si bien sólo para una misión a corto plazo en este país. Pero mi propia tierra natal es un país vecino y tenemos muchas cosas en común, incluido el idioma. Por lo tanto, conozco bastante y aprecio muchas de las costumbres y tradiciones locales.

Y aquí viene otro giro inesperado. Resulta que mis entrevistados, especialmente los nacionales, estaban mucho más interesados en hablar conmigo sobre lo que sucede en el terreno que sobre lo que sucede en las aulas y los fracasos de los proyectos de desarrollo rural pasados, presentes y propuestos.

Esto puede resultar bastante traumático para un académico, pero los interlocutores nacionales tenían un argumento que había que escuchar. A veces individualmente, a veces en grupos, los nacionales hablaban con vehemencia e indignación acerca de las prácticas de campo actuales que predeterminan el fracaso de un proyecto. Parecían, sin premeditación, estar aprovechando la oportunidad de dejar en algún registro autoritativo sus opiniones y sugerencias sobre lo que debería suceder en el campo para aumentar la probabilidad de éxito de los proyectos. Mi calidad de "muchacho local convertido en consultor internacional" les brindaba esa oportunidad y la aprovecharon apasionadamente. Era una situación tan excepcional que nadie podía recordar precedente alguno. Dado mi nombre occidental y mi especialización bastante esotérica —las comunicaciones— nadie esperaba que apareciera un africano.

Sin decir palabra

Por eso, fue interesante ver los efectos de la revelación de mi identidad. La entrevista, especialmente con interlocutores nacionales, comenzaba de manera formal. Luego, tras varios minutos, yo revelaba mi nacionalidad, y ocurría un cambio dramático, de formalidad deferente a familiaridad confidencial. El punto de vista que me habían expresado antes de conocer mi identidad rara vez concordaba con lo que decían a continuación. Por ejemplo, la persona indignada que había contado el episodio relatado anteriormente, empezaba por alabar el proyecto. Era como si tuviese dos puntos de vista contradictorios: uno reservado para los extranjeros y el otro para los aliados y, por una circunstancia peculiar, yo recibía las dos versiones.

Para entender lo que estaba pasando, debemos saber que el personal extranjero de asistencia técnica es tratado como huésped de honor en los países africanos. Las costumbres locales dictan que uno no critica a un huésped en su cara ni habla mal de un huésped ante los demás huéspedes. Le toca al huésped saber que está violentando las expectativas cuando excede los límites del buen gusto, juicio o comportamiento. Pero si el huésped es extranjero, quizá nunca llegue a saber, si nadie se lo dice de frente, en qué consisten las infracciones o excesos o cuándo está incurriendo en uno de ellos. El resultado es un problema aparentemente sin solución en el que una parte no sabe y la otra no se atreve a decir.

Por ejemplo, había un gran proyecto de desarrollo en ciernes a la fecha de mi visita, cuyo objetivo era intensificar el desarrollo rural mediante la división del país en zonas y la concentración de los servicios del gobierno y los recursos de inversión en sólo algunas de ellas a la vez, en lugar de diseminar los mismos recursos por todo el país, con la consiguiente ineficacia.

El proyecto, sugerido por el presidente de la nación, contaba, en principio, con una aceptación generalizada. Sin embargo, no pude encontrar una sola persona que estuviera contenta con la forma en que se estaba desarrollando. Hasta su propio jefe local se mostraba escéptico en privado y tenía un presentimiento pesimista sobre sus posibilidades. En su gran mayoría, los experimentados trabajadores en desarrollo rural —convertidos por experiencia en agoreros del desastre— sólo preveían un fracaso total. Sin embargo, nadie expresaba ninguna disconformidad significativa. Aparentemente, se iba a permitir que el proyecto creciera y cobrara ímpetu sin ninguna intervención realista de aquellos funcionarios locales que, en privado, eran quienes más protestaban por la calamidad inexorable que le esperaba. El problema, claro está, es que el proyecto había sido adoptado como causa célebre por agencias internacionales y donantes bilaterales, bien intencionados y ansiosos por ayudar. Pero tal

financiamiento requiere de un plan de operaciones que ellos aparentemente creen que sólo puede ser elaborado por sus propios agentes. Así, parte de la ayuda consiste en personal de asistencia técnica. Estos expertos técnicos generalmente emprenden sus proyectos de desarrollo con celo misionero, sistematizando, organizando, racionalizando e incluso haciendo proselitismo con una energía y un entusiasmo encomiables.

La hechicería verbal

En un comienzo, la atención de los expertos técnicos es bienvenida porque tienen más tiempo para dedicar al proyecto que los funcionarios locales siempre atareados con sus propios deberes de otro tipo. Por lo tanto, se permite que los expertos asuman una especie de custodia del proyecto. Pero no termina allí. Los expertos asumen el liderazgo y control de facto y, gradualmente, el proyecto empieza a desarrollarse y a ser dirigido casi exclusivamente desde sus filas.

Pronto, un voluminoso documento de tecnicidad apabullante queda listo. Se trata del jactancioso plan de operaciones que propone un complejo marco para emprender el desarrollo rural integrado a una escala intensificada. También coloca al proyecto fuera del alcance intelectual de la mayoría de los funcionarios locales. Sin contacto alguno con los avances del proyecto e imposibilitados de ponerse a la par con la hechicería verbal de los nuevos líderes tecnócratas del proyecto, sus iniciadores locales de pronto se encuentran impedidos de siquiera infiltrar ideas y sugerencias prácticas en el ahora plan oficial.

Pero lo más deprimente del asunto es que los locales tienen muchas ideas y sugerencias prácticas, especialmente en cuanto a la implementación del proyecto, es decir, a las operaciones de campo. Sostienen que el personal de asistencia técnica, sin duda reconocidos expertos en sus áreas de especialización, a menudo resultan ser completos *amateurs* en la implementación práctica del desarrollo rural. En su mayoría sólo tienen conocimientos teóricos o experiencia técnica adquirida en situaciones no comparables. Más aún, muchos de los expertos abordan el desarrollo rural con el espíritu de pioneros bien intencionados que se embarcan por primera vez en la exploración de un territorio hasta ahora "inexplorado". Por lo tanto, hacen caso omiso de las lecciones aprendidas en exploraciones anteriores, incluso las de sus predecesores inmediatos. Las lecciones que omiten aprender incluyen, especialmente, los peligros de la impaciencia de expertos con contratos de corto plazo que no pueden darse el tiempo de plantar una bellota y cuidarla hasta que produzca un roble robusto. En lugar de eso, tratan de trasplantar el árbol ya crecido y dedican el resto de su tiempo a anclarlo y apuntalarlo frenéticamente hasta su partida, después de lo cual se desploma por falta de apoyo.

Un ejemplo notable de esta propensión a los proyectos de corto plazo fue una red impresionante de foros agrícolas radiales montados por un experto internacional cuyo contrato venció el mes antes de que yo llegara. Cuando llegué, me enteré de que, desde el momento en que se fue, la red empezó a entrar en rápida decadencia. La mitad de los foros en algunas zonas habían dejado de funcionar. En cuanto a liderazgo y control, había sido un acto unipersonal. Cuando el experto partió, el acto terminó.

Los expertos tienen habilidades técnicas y conocimientos de planificación de los que quizá carecen los funcionarios locales. Ésa es una de las cuchillas de la tijera. Pero esos mismos expertos parecen carecer de la experiencia práctica de campo, los conocimientos operativos, las habilidades de comunicación y la continuidad de largo plazo que sí dicen tener los funcionarios locales. Ésa es la otra cuchilla de la tijera.

Muchos de los funcionarios locales son, efectivamente, veteranos de proyectos anteriores dirigidos por una diversidad de grupos de expertos

internacionales. Por lo tanto, los locales se consideran a sí mismos los expertos, no tanto en el diseño y la preparación de proyectos, sino en su implementación. Cuando los más experimentados hablan sobre el tema, no faltan ideas altamente plausibles y factibles. Pero los expertos extranjeros parecen considerar las propuestas locales como pintorescas, inconsecuentes y simplistas, que más bien tienden a introducir confusión en sus fórmulas económicas y sofisticados modelos de desarrollo. Se reduce a los locales al papel de espectadores de los malabares visiblemente fútiles de los expertos técnicos, y sin duda se preguntan cuándo sus socios internacionales van a aprender el valor de una tijera de dos cuchillas. Entre tanto, los locales soportan su frustración en silencio, prisioneros de sus propias costumbres anticuadas, negándose, a su propia costa, el derecho de disciplinar a sus huéspedes de una manera firme y sin ambages.

En último término, la mayoría de los funcionarios locales experimentados tienden a reducir el problema del fracaso de los proyectos de desarrollo rural a las dificultades que surgen de las formas ineficaces de comunicación rural. Los extranjeros, dicen, no tienen el conocimiento cultural innato ni la capacidad nativa de comunicarse eficazmente con la población rural africana.

Los jóvenes enseñan a los mayores

No obstante, por lo general los expertos extranjeros no consideran que esta deficiencia sea grave. El motivo, dicen los funcionarios más experimentados, es que los extranjeros tienden a apoyarse mucho en los nacionales más jóvenes, más capacitados y mejor educados, no sólo porque tienen más en común con ellos en cuanto a nivel de sofisticación y puntos de vista generales, sino también porque los jóvenes de hoy no están tan dogmáticamente atados a la tradición y, por lo tanto, tendrán menos escrúpulos en pasar por alto algunas costumbres con tal de ahorrar tiempo cuando sea necesario.

Ahí radica el quid del problema. Al hecho de apoyarse en una juventud cada vez más de elite para que sirva de vínculo entre los diseñadores de los proyectos y los pobladores rurales es atribuible, en la opinión de muchos africanos con los que he hablado, el alto índice de fracaso de los proyectos en África. Es un problema propio de estos tiempos, que quizá no existió en una medida apreciable una generación atrás y que acaso desaparezca dentro de una generación.

Es sólo en la década pasada que gran parte de África adquirió su independencia. El énfasis cada vez mayor en el desarrollo rural es aún más reciente. Hasta ahora, no ha habido una presión continua para que la gente del campo haga cambios radicales en sus formas de trabajar la tierra, su nutrición o su higiene. Esa carga ha recaído en los terratenientes y los agricultores actuales. Los modos de vida que decidan adoptar se convertirán automáticamente en los modos a los que tendrán que atenerse las generaciones futuras. El problema, sin embargo, es que la persona a quien se le debe convencer ahora, la que debe decidir por su familia y sus tierras, no es la juventud rural, sino los pobladores rurales mayores, más tradicionales y más renuentes al cambio.

Según la costumbre africana, los mayores siempre han sido los maestros de los jóvenes respecto de todos los aspectos de la vida: el trabajo agrícola, la construcción de una casa, la preparación de la comida, el matrimonio, el nacimiento y la crianza de los hijos en la tradición venerada por las generaciones precedentes. Ahora, esta tradición se ha venido al suelo. Los mayores de hoy, que antes se sentaron y aprendieron a los pies de sus padres, siguen sentados y aprendiendo, sólo que ahora a los pies de sus propios hijos. Peor aún, estos hijos desacreditan, ridiculizan y se burlan abiertamente de las tradiciones. ¿Cómo esperan que sus padres traguen esta amarga píldora sin resistirse?

Ninguno de los centros de capacitación que visité parece haberse preocupado de estudiar este problema,

quizá porque el personal institucional es, en gran parte, extranjero y, por lo tanto, ignora la importancia del asunto. De ahí que ninguno de los hombres y mujeres jóvenes interesados en enseñar nuevos modos de vida a sus mayores esté especialmente equipado con estrategias de comunicación para afrontar una situación tan delicada y agobiante con tacto, buen gusto y, sobre todo, profesionalismo.

Es desalentador visitar un centro de capacitación de campesinos y observar a un joven autoritario increpando arrogantemente a sus mayores de una manera que evoca la época colonial. Es evidente que no se le ha enseñado a enseñar a adultos. En lugar de eso, recurre a los únicos modelos de enseñanza que conoce, es decir, sus propios maestros. Pero olvida que cuando él recibió su formación, sus maestros eran sus mayores. De modo que, sin premeditación, este joven se vuelve insufrible para sus mayores al tratarlos como si fueran sus subordinados. Es rechazado y, con él, todas esas ideas y proyectos grandiosos que había estado tratando de promover.

En resumen, las contrapartes nacionales están confabuladas involuntariamente en una conspiración de la cortesía que impide que fluya libremente una comunicación crucial entre ellos y los expertos extranjeros. Por otro lado, existe una manifestación, también involuntaria, de descortesía de parte de los jóvenes que anula la comunicación crucial entre ellos y sus mayores rurales. Conjuntamente, estos elementos negativos frustran los planes mejor elaborados.

Tacto y humildad

Encontré tan impactantes estos argumentos que pasé mi misión escuchando cómo los repetían distintas personas de distinta condición y en distintas circunstancias, con énfasis y ejemplos distintos. Ello me condujo a cambiar todo el planteamiento de la misión, de una consideración teórica de lo que falta en los programas de estudios, las instalaciones y los equipos de los proyectos de capacitación en las artes de la comunicación, a una preocupación esencialmente pragmática respecto de lo que falta en la práctica actual del desarrollo rural.

Parecería, someramente, que lo que se necesita es: (a) iniciar un diálogo sincero entre los expertos técnicos extranjeros y los funcionarios locales experimentados, y (b) infundir algo de tacto y humildad en las técnicas de comunicación de los jóvenes agentes del cambio, para que puedan trabajar más eficazmente con sus mayores. No obstante, para el especialista profesional en comunicación, no es nada fácil enseñar a las personas a cuestionar sus creencias y valores profundamente arraigados, y menos aún enseñar a otras personas para que enseñen a aún otras a cuestionar y renunciar a costumbres y tradiciones que datan de generaciones atrás. Puede que no sea un problema sencillo, pero ciertamente no es insoluble. Las técnicas y tecnologías del comunicador profesional para afrontar estos problemas están considerablemente más desarrolladas en los países en vías de desarrollo de lo que se suele suponer.

Tomado del número 1974/1 de *Ceres, The FAO Review*. posteriormente reimpreso como Ascroft, Joseph (1978): "A Conspiracy of Courtesy" en *International Development Review*, 3, número de despedida. Reproducción autorizada por el autor y la editorial.

1974

Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias

Luis Ramiro Beltrán

¿Qué es el desarrollo?

El mundo desarrollado ha ofrecido diversas e importantes concepciones sobre la naturaleza del desarrollo nacional. Sin embargo, con pocas salvedades, la mayor parte de las conceptualizaciones actuales —sean capitalistas o socialistas— tienden a tener tal grado de elementos comunes perceptibles que bien pueden integrarse en un modelo general que yo denominaría "modelo clásico materialista".

Las características fundamentales de ese modelo pueden resumirse así: el desarrollo nacional es básicamente un proceso —espontáneo o inducido— de crecimiento económico; el crecimiento económico genera el avance material o mejoramiento físico de un país; el avance material, a su vez, permite el incremento del bienestar general de la población; al traducirse en bienestar el avance material puede por sí mismo conducir a la justicia social, la libertad cultural y la democracia política. A la luz de estas premisas, los principales objetivos de los esfuerzos encaminados al desarrollo, según el modelo son: aumentar la producción de bienes y servicios, facilitar su amplia distribución, fomentar su consumo y ahorrar e invertir en proporciones cada vez mayores.

En consecuencia, mayores inversiones financieras y mejores insumos tecnológicos, junto con estructuras y técnicas de mercadeo mejoradas, se convertirán en los instrumentos clave para obtener estos objetivos [...].

Deficiencias del modelo

No es necesario insistir en que las políticas y estrategias, los planes y proyectos de desarrollo se conforman por lo general según la filosofía vital del hombre y los adelantos de la sociedad. Pero, entonces, ¿en qué falla este modelo empleado desde tiempo atrás por los países más desarrollados? "En nada", responderán muchos; "en casi todo", dirán unos pocos. Personalmente, tiendo a sumarme a los últimos y al hacerlo quisiera respaldar mi posición con criterios autorizados de algunos especialistas sobresalientes en el tema.

El economista Robert Heilbroner (1963) sostiene que:

> «El desarrollo económico no es fundamentalmente un proceso económico sino social y político. De ahí que nos engañemos, al concebir el desarrollo económico sólo en los pálidos términos de la economía».

Dentro de la misma ideología, el banquero David Rockefeller (1969) declara:

> «El crecimiento es un fenómeno primordialmente económico, un proceso de expansión o mejoramiento de los elementos básicos productivos de la tierra, trabajo y capital [...] El desarrollo, por otra parte, es mucho más amplio en concepto y alcance. Con frecuencia se le utiliza como sinónimo de progreso, el cual abarca multitud de factores sociales, culturales, políticos y psicológicos que, a la larga, pueden ser más significativos que los factores meramente económicos. Pero al confundir los fines con los medios, al confundir desarrollo —en el sentido más amplio y exacto del término— con crecimiento, tengo la impresión de que alentamos de nuevo una ilusión, al tiempo que subestimamos los logros reales alcanzados».

Norman Uphoff (1973), presidente del Comité para el Desarrollo Rural de Cornell, sostiene que:

> «Puede haber crecimiento sin desarrollo (cambios en escala únicamente), y desarrollo sin crecimiento (cambios en estructura solamente) [...] No existe ninguna garantía de que los recursos generados por una estrategia de "crecimiento" vayan a ser, o puedan ser, destinados o encaminados hacia inversiones para el desarrollo como habitualmente lo suponen los economistas convencionales [...] Desde luego, para que el desarrollo sea productivo debe a la larga conducir al crecimiento».

Roberto de Oliveira Campos (1969), economista y planificador de desarrollo, ofrece la corroboración latinoamericana de los conceptos anteriores, cuando dice:

> «Existe sin duda la suposición implícita de que el problema del desarrollo es básicamente un problema económico. Sin embargo, puede decirse, de hecho, que los aspectos cruciales del desarrollo latinoamericano son por naturaleza "políticos y de motivación"». [...].

En resumen, existen bases muy serias para objetar el "modelo clásico materialista" de desarrollo nacional. Este modelo acarrea una deshumanizada visión de progreso que resulta de la eminente mentalidad mercantil que rige gran parte de la vida en las naciones que han logrado los niveles más altos. Equipara el tener más con el estar mejor. Confunde, desde luego, los medios con los fines, sacrificando los más altos valores del ser humano —dignidad, justicia y libertad— en aras de la abundancia y la prosperidad a cualquier precio... para las minorías privilegiadas. Erróneamente, estima como accesoria y derivada la reorganización de la sociedad en términos de cambio en la distribución del poder y la riqueza, así como en la expansión democrática de las oportunidades sociales y culturales.

No es extraño, entonces, que los esfuerzos de la "primera década de desarrollo" en gran parte de los así llamados países "en desarrollo", se hayan traducido en un mayor estancamiento, aumento en la concentración de ingresos y en la capacidad decisoria, y aguda escasez de producción alimenticia.

Necesidad de un nuevo modelo

De lo anterior se desprende la necesidad urgente de un nuevo modelo conceptual de desarrollo nacional antes de que sea demasiado tarde. No pretendo tener uno disponible en este momento, pero espero que cuando finalmente exista, en virtud del empeño de individuos altamente calificados, pueda condensarse en una descripción parecida a esta:

> El desarrollo nacional es un proceso dirigido y ampliamente participativo de profundo y acelerado cambio sociopolítico, orientado hacia la producción de cambios sustanciales en la economía, la tecnología, la ecología y la cultura general de un país, de tal manera que el avance de la mayoría de su población pueda obtenerse en condiciones de igualdad, dignidad, justicia y libertad general.

Este modelo representaría una concepción humanizada, democrática, estructural e integral del desarrollo de una nación, con base en una visión respetuosa de la vida y el destino del hombre. Sin importar lo esquemático que aún pueda ser, yo me declaro, abiertamente, partidario decidido del mismo.

¿Qué es comunicación?

Debemos reconocer, una vez más, que en el caso de la "comunicación" también existen numerosas y diversas conceptualizaciones del proceso. De nuevo se encontrará que algunas características pueden fácilmente clasificarse como fundamentales para muchas de las diferentes definiciones. Y, como en el caso del concepto de "desarrollo", la definición prevaleciente de "comunicación" parece emanar de los países más desarrollados del mundo y ser luego adoptada, más bien indiscriminadamente, por

aquellos menos desarrollados. Las características autocráticas, elitistas y materialistas del concepto clásico de "desarrollo" no son del todo ajenas a lo que yo denominaría "modelo clásico de comunicación mecánico-vertical".

Las características clave del modelo podrían resumirse en tres premisas: 1) la comunicación social es un proceso de transmisión de modos de pensar, sentir y actuar de una o más personas a otra u otras personas; 2) el objetivo fundamental de la comunicación es la persuasión, de tal forma que el "transmisor", una o varias personas, logre del "receptor", una o varias personas, los comportamientos deseados; y, 3) la comunicación de doble vía por medio de la "retroalimentación" es importante, ante todo por ser un instrumento de ajuste del mensaje que permite al "transmisor" asegurar la reacción esperada por parte del "receptor".

Orientación al estilo de clase alta

¿En qué falla este modelo por tanto tiempo aceptado y puesto en práctica casi en todos los lugares del mundo? Me atrevería a decir que en mucho. Al observar, diariamente, las consecuencias de la aplicación del modelo clásico de comunicación, encontramos indicios de que éste básicamente proviene de una orientación al estilo clase alta, del deseo de dominio político y de los intereses de industriales y comerciantes.

En efecto, como dijo alguna vez C. Wright Mills (1959), en aquellas sociedades donde la voz del individuo y de los grupos democráticos no cuenta, los medios de comunicación facilitan una especie de "analfabetismo psicológico" al servicio de una sutil pero poderosa manipulación del pueblo por parte de las elites que detentan el poder.

Para Mills los medios masivos de comunicación cumplen las siguientes funciones en beneficio de dichas elites:

1. Decirle al hombre de la masa quién es él: darle una identidad.
2. Decirle qué desea ser: darle aspiraciones.
3. Decirle cómo conseguirlo: darle técnicas.
4. Decirle cómo sentirse así aunque no lo sea: darle el escape.

¿Estaba Mills equivocado o, al menos, exagerando?

Lo que a menudo sucede bajo el rótulo de comunicación es poco más que un monólogo dominante en beneficio del iniciador del proceso. La retroalimentación no se aprovecha como oportunidad para establecer un auténtico diálogo. El receptor de los mensajes permanece pasivo y sometido, puesto que difícilmente se le brindan oportunidades proporcionales para actuar concomitantemente como transmisor libre y verdadero; básicamente su papel consiste en escuchar y obedecer.

Tal vertical, asimétrica y cuasi-autoritaria relación social constituye, a mi modo de ver, un ejemplo nada democrático de comunicación. Aquellos pocos que concentran en sus manos el poder financiero, cultural, social y político, concentran igualmente las oportunidades de emitir mensajes. Y aquella mayoría cuyo nivel económico, educativo, social y de poder es bajo, está condenada a ser solo receptora... siempre y cuando alguien se interese en llegar a ella. En realidad, como lo asevera David K. Berlo (1970), «[...] casi todo lo que hacemos hoy día se expresa en términos de cómo una pequeña minoría logra que el resto de la sociedad haga lo que ella quiere, sea o no en beneficio de la mayoría».

Implicaciones morales

¿Es esto lo que deseamos seguir haciendo como comunicadores profesionales?

¿Somos tan sólo técnicos generadores de señales que podríamos servir igualmente bien a cualquier tipo de intereses? ¿Tenemos suficiente conciencia

de que, aunque técnicamente puede ser igual vender pan que vender veneno, éticamente no lo es? ¿Podemos seguir indefinidamente ayudando a venderle dogmas, abuso y opresión a las masas? ¿Somos en realidad tan asépticos ideológicamente —como quizá los odontólogos o los carpinteros pueden serlo— que nos tiene sin cuidado saber para qué ayudamos a alguien a comunicarse?

Me resisto a creer que así sea. Prefiero pensar que esto se debe a que apenas comenzamos a entender algunas inquietantes implicaciones morales de nuestra profesión. Y espero que al sorprendernos en una actitud equivocada, tengamos el valor de detenerla. Así, me identifico con Berlo cuando dice:

> «Hoy día necesitamos concentrarnos en las funciones de la comunicación, en la forma en que las personas utilizan los mensajes y no, como en el pasado, en el efecto de la comunicación, o en las formas en que los mensajes pueden hacer uso de la gente».

En otras palabras, al igual que en el caso del desarrollo, debemos estar, ante todo, en capacidad de construir un nuevo concepto de comunicación: un modelo humanizado, democrático, no mercantilista ni elitista. El reto es serio, pero confío en que pronto será afrontado. Entretanto, permítanme de nuevo esperar que los elementos básicos de dicho modelo puedan resumirse así:

> La comunicación social es un proceso de interacción democrática, basado en el uso de sistemas de símbolos, por medio del cual los seres humanos intercambian libremente —de manera dialogada y equitativa— sus experiencias de afecto, actitud y comportamiento, influyéndose mutuamente en su conducta con varios propósitos diferentes.

Para poner de relieve unos pocos componentes principales en esta tentativa de lograr una nueva definición de comunicación, quisiera señalar que ella implica una relación social horizontal, basada en un auténtico diálogo, abarca la oportunidad libre y equitativa de que las personas ejerzan influencias mutuas, y niega la persuasión como principal aspiración de la transacción sociocultural. [...].

Desarrollo y comunicación: su relación

En muchos países del mundo la investigación, a tres niveles de análisis, ha encontrado evidencia sustancial de que desarrollo y comunicación están íntimamente relacionados.

A nivel individual hay numerosos estudios analíticos de factor —incluyendo dos en América Latina— que muestran cómo las variables de comunicación están en importante juego recíproco con las variables de desarrollo en general.

A nivel de aldeas, Rao (1966) encontró, en un estudio comparativo de dos poblaciones hindúes, correlaciones claras entre comunicación y desarrollo social, económico y político. Lo mismo observó Frey (1966) en una encuesta sobre cerca de 460 pueblos de Turquía.

A nivel nacional varios estudios multinacionales han señalado correlaciones similares. Uno de los primeros fue el de Lerner (1958), quien, en más de 50 países, constató un alto grado de correlación entre la participación en los medios de comunicación y la urbanización (incluyendo la industrialización), la alfabetización y la participación política. Encontró también que el nivel de cambio en el comportamiento de la comunicación se correlacionaba significativamente con otros cambios de conducta. En más de 70 países, Cutright (1963) encontró un alto grado de correlación entre el índice de desarrollo de la comunicación y los índices de desarrollo político, expansión económica, educación y urbanización. Un estudio realizado por UNESCO (1961) en países subdesarrollados de América Latina, África, Medio Oriente y el Sudeste Asiático halló una fuerte correlación entre los factores de los medios masivos de comunicación y los factores económicos del desarrollo en general. Schramm y Carter (1959) obtuvieron resultados similares en 100 países estudiados, Farace (1965) en más de 50, e igual informan Schrone (1961) y Deutschmann y McNelly (1964), entre otros.

Por tanto, como dice Fagen (1966): «Aunque las correlaciones en sí nada nos dicen sobre casualidad, es evidente que los medios masivos de comunicación han sido a la vez causa y efecto, autor y actor, dentro de la compleja interacción de factores que denominamos proceso de modernización».

Desde luego que conviene contar con evidencias fidedignas de tal correlación. Sin embargo, para los países en desarrollo lo más importante es determinar las circunstancias específicas que hacen de la comunicación social un estímulo y un impulso efectivo del desarrollo nacional.

Orientación de las investigaciones

La investigación sobre los principales aspectos de la contribución que hace la comunicación al desarrollo no es aún muy extensa y adolece de insuficiente exploración en un sentido crítico opuesto: la influencia de la estructura social sobre el proceso de comunicación. Sin embargo, algunos estudiosos han llegado a formular una serie de propuestas convincentes sobre el diverso papel de la comunicación en el proceso de desarrollo. Sobresalen los trabajos realizados por estudiosos como Lerner, Schramm, Pye, Pool, Frey y Rao, junto a los muchos estudios relacionados con la divulgación de la escuela de innovaciones agrícolas, representada por investigadores como Rogers.

Resumir en detalle los hallazgos de todos estos investigadores es una tarea ajena al propósito de este trabajo. Baste con decir que los principales exploradores de la relación de interés parecen convencidos de que los papeles que desempeña la comunicación al servicio del desarrollo son numerosos y de influencia decisiva. Con pocas excepciones, ellos parecen atribuir a los medios masivos de comunicación tal y tanta capacidad en la generación del progreso nacional que si bien nos complace, también nos preocupa por la posibilidad de que el optimismo pueda llevarnos a sobreestimar, en cierta medida, la misión y el poder de nuestro oficio.

Con la esperanza de que tal apreciación sea errónea, volvemos ineludiblemente al interrogante clave: ¿Qué tipo de "comunicación" al servicio de qué clase de "desarrollo"? No se puede hablar de una nación desarrollada por el hecho de que sus minorías puedan darse el lujo de dilapidar fortunas en artículos superfluos, cuando sus mayorías escasamente pueden comprar pan. No es moderno el individuo porque se le induzca la necesidad de disfrutar de lavadora eléctrica, automóvil más amplio que el de sus vecinos, o vacaciones en Acapulco. Éste es el tipo de "desarrollo" al cual los países "en desarrollo" no tienen razón de aspirar. Y la persuasión mercantilista y antidemocrática no constituye tampoco el tipo de comunicación más provechoso para ellos.

Reconozco con agrado la existencia de una correlación promisoria entre comunicación y desarrollo en general. Comparto también la esperanza de que aquella, bajo determinadas circunstancias, pueda contribuir a éste. [...].

América Latina: comunicación y desarrollo rural

¿Cuál es, en esencia, la índole del sistema global de comunicaciones en América Latina? ¿Cuáles son las principales características del proceso de comunicación en relación con la población rural de la región? ¿Cómo aparecen relacionados el sistema y el proceso de comunicación con el proceso de desarrollo rural?.[1]

Un sistema de comunicaciones es un conjunto definido de entidades sociales interrelacionadas —públicas, privadas y mixtas— que se especializan

1974

en actuar como mediadoras entre quienes participan en el proceso de comunicación. Por lo general el sistema se compone de tres subsistemas importantes: el interpersonal, el impersonal o masivo, y el mixto, resultante de combinaciones de los dos primeros.

Dado el insuficiente nivel de integración entre los subsistemas, el sistema de comunicación latinoamericano puede considerarse como imperfecto. En efecto, aunque el subsistema interpersonal pueda verse en operación a lo largo de todos los niveles sociales, éste es característico del sector rural y su relación con los dos subsistemas restantes es mínima. De otra parte, el subsistema impersonal es característico de la situación en el sector urbano, en tanto que el subsistema mixto, aunque en forma muy reducida, opera principalmente en la sociedad rural. Pese a la importancia de los sistemas interpersonal y mixto, me centraré en la descripción del sistema impersonal, considerando los siguientes aspectos: disponibilidad, acceso, contenido y clave.

Disponibilidad de medios masivos

En 1961 la UNESCO definió para los países en desarrollo las siguientes normas mínimas aconsejables de disponibilidad de medios masivos de comunicación por cada 100 habitantes: 10 ejemplares de periódico, 5 receptores de radio, dos televisores y 2 localidades en salas de cine.

Para América Latina las cifras en tal año fueron: 7.4 ejemplares de periódico, 9.8 receptores de radio, 1.5 televisores y 3.5 localidades en salas de cine. Comparativamente, el total de estas cifras fue superior a los datos de Asia y África.

Según Kaplún (1971) para ese año los cálculos correspondientes a Latinoamérica fueron: 7.5 ejemplares de periódico, 11.3 receptores de radio, 5.7 televisores y 2.7 localidades en salas de cine.

La primera encuesta mostró que en aquel entonces América Latina tenía niveles de disponibilidad de medios masivos de comunicación decididamente superiores a las normas mínimas fijadas por la UNESCO o apenas un poco por debajo de ellas.

La segunda encuesta reveló la permanencia de cifras menores al mínimo aconsejable en ejemplares de periódico y la disminución en localidades de cine, pero mostró un aumento notable en receptores de radio y un crecimiento inusitado en televisores.

Igualmente se advirtió en esta encuesta que la mitad de la población total carecía aún de acceso al medio más difundido, la radio. No obstante, es evidente que en la última década el avance en la disponibilidad de medios masivos de comunicación en la región ha sido, en términos generales, impresionante. Pero antes de regocijarnos, cabe formular una pregunta básica: ¿disponibilidad para quién?

Acceso a los mensajes

La disponibilidad de medios masivos de comunicación no es necesariamente equivalente al acceso o contacto de las personas con los mensajes. Por regla general, la distribución de tales mensajes en América Latina es desigual entre grupos de países, dentro de cada país, y en cada una de las ciudades.

La investigación nos dice que la concentración urbana de mensajes transmitidos por medios masivos es particularmente alta en las grandes ciudades, en especial para la televisión y la prensa. Esta concentración baja bastante en el caso de la radio y desciende aún más en el cine. En su mayoría, los medios de comunicación masiva no llegan a las masas rurales de América Latina. La comunicación en esta región es un privilegio más de la elite urbana dominante.

Dentro de cada ciudad, minorías de la población cuentan con mayor acceso a los mensajes de los medios masivos que la mayoría. Y en las áreas rurales

son también minorías, aún más reducidas, las que gozan del privilegio del acceso a tales mensajes.

En general, pues, la distribución de oportunidades de comunicación masiva en América Latina sigue el abrupto patrón de estratificación que caracteriza a la estructura socioeconómica prevaleciente en la región. A mayor ingreso, nivel educativo y estrato social, mayor nivel de acceso a los mensajes de los medios masivos de comunicación. Las personas en posición intermedia cuentan con un nivel intermedio de acceso, en tanto que la gran mayoría de la población —residentes urbanos de clase baja y campesinos— tienen niveles de acceso a la comunicación tan bajos como aquellos de su alimentación, vivienda y educación (Deutschmann y McNelly 1964).

El acceso de la población rural a los mensajes transmitidos por los medios masivos de comunicación llega a niveles tan sumamente bajos que puede decirse que la mayor parte de los campesinos se encuentran, prácticamente, por fuera del sistema de comunicación.

Unos pocos ejemplos, tomados de diversos estudios, bastarán para documentar este punto. Tomemos un canal —la prensa— y un país —Colombia—. Encontramos que el 83% de la circulación diaria —800.000 ejemplares— de 32 periódicos corresponde a las tres ciudades más grandes: Bogotá, Medellín y Cali. El resto se destina a las otras ciudades y zonas rurales (García 1966).

En ciudad de México el 80% de la circulación diaria, 665.000 ejemplares de sus 6 periódicos más grandes, se vende dentro de la ciudad misma, el 20% restante va a las otras ciudades y a las zonas rurales. Aún más, el promedio de venta diaria por mil habitantes llega a ser de 160 en los granes estados norteños de agricultura comercial, mientras que en las provincias sureñas, con una agricultura de subsistencia, la cifra puede ser tan reducida como 9 (Íd.).

Tomemos otro canal, la radio, que supuestamente llega a todos gracias al transistor, y otro país, Brasil: la situación no difiere mucho de la anotada con la prensa en México y Colombia (Bostian y Oliveira 1965).

Pasemos al Perú para encontrar, con Mejía (1971), algunas cifras reveladoras sobre tres canales en dos pequeños pueblos y en dos grandes haciendas. En las haciendas el 85% no escuchaba radio y, en su totalidad, ninguno veía cine o leía prensa. En los pueblos, el 20% de los pequeños propietarios independientes leía la prensa, el 50% escuchaba la radio y el 13% iba de vez en cuando al cine. En este estudio, como en los de Cañizales y Myren (1967), en México, y en los de Blair (1960), en Brasil, se muestra que en América Latina la comunicación está, sin duda, marcadamente más estratificada en las zonas rurales que en las urbanas. [...].

La entrevista realizada a campesinos brasileños, radicados a más de dos horas de un centro urbano mayor y aceptablemente dotado de medios masivos de comunicación, con el fin de averiguar cuál era su nivel de información sobre asuntos a menudo tratados por dichos medios de comunicación masiva, dieron resultados como estos: 95% de los campesinos ignoraba que el café fuera el principal producto exportable de su país, 80% desconocía el significado de la palabra "democracia" y 48% no estaba enterado del nombre del presidente de la república (Díaz Bordenave 1972). Otros estudios, tanto en el mismo Brasil como en México y Chile, han llegado a resultados comparables, verificando el agudo estado de subinformación en que vive el campesino.

Comparemos de nuevo esta situación con la que prevalece en las ciudades. La información obtenida mediante muestreo en 14 países de América Latina, sobre el consumo de medios masivos de comunicación por parte de una "subelite" (profesionales con estudios fuera de su país), fue comparada con la correspondiente información de una muestra similar en los Estados Unidos. En general se encontró que los latinoamericanos no sólo estaban a la par de su contraparte en Estados Unidos, sino que las cifras

obtenidas para el uso de libros y radio eran superiores (Deutschmann y otros 1961).

Con frecuencia, en esta parte del mundo se explica la falta de acceso de la población rural a los mensajes de los medios masivos de comunicación, poniendo de relieve la escasez de carreteras y electricidad, la pobreza y el analfabetismo. Sin duda estos factores son limitantes, pero cabría preguntarse, en primer lugar, por qué los campesinos se encuentran privados de educación, ingresos y comodidades del tipo carreteras y electricidad. De cualquier forma, no siempre estas barreras constituyen necesariamente las explicaciones adecuadas. Algunas veces, inclusive en los raros casos en que el analfabetismo es reducido y el transporte y acceso a los medios masivos es bueno, los campesinos no compran prensa, ni prestan atención a los mensajes radiales. Esto es precisamente lo que encontraron Gutiérrez y McNamara (1968) en un pueblo colombiano bien vinculado a la segunda ciudad en importancia del país. ¿Será, entonces, que los campesinos no encuentran algo que les interese en esos canales?

Contenido de los mensajes

Dentro del modelo clásico de desarrollo los campesinos latinoamericanos no constituyen el "público", en cuanto están evidentemente al margen del "mercado". En concordancia, dentro del modelo clásico de comunicación, este campesinado no constituye una "audiencia" ya que es poco lo que puede hacerse para persuadirlos a comprar (en términos de consumo).

Sin embargo, en términos de producción, los campesinos pueden ser considerados, hasta cierto punto, como "público" y "audiencia" dentro de aquellos modelos. Pero la tarea de comunicarse con ellos no reporta un lucro directo o inmediato. Por consiguiente, las instituciones privadas de medios masivos de comunicación dejan todo a los esfuerzos gubernamentales por la educación rural.

Ya se cuenta con investigaciones que demuestran cómo los medios de comunicación se orientan, esencialmente y no de manera accidental, a las audiencias urbanas que constituyen el mercado. Así, por triste que parezca, resulta lógico esperar que su contenido no incluya materiales de interés para el campesino, salvo en los casos de modelos masivos de comunicación agrícola, o de los sectores agrícolas de la audiencia general [...].

Gutiérrez-Sánchez (1966) analizó por tres meses el contenido de las páginas agrícolas semanales de cinco diarios bogotanos y tomó muestras del material informativo contenido en un semanario nacional destinado a la población rural, midiendo el volumen de diez categorías. Su estudio encontró que los diarios otorgaban prioridad a las reuniones y actividades organizativas de los grandes agricultores (información que ocupaba el sexto lugar en el semanario), mientras el semanario daba mayor énfasis a los programas oficiales de ayuda agrícola. Tanto en los diarios como en el semanario, dos de las tres primeras categorías correspondían a programas gubernamentales nacionales y de comercio exterior y a cultivos. Las noticias sobre necesidades rurales en materia de educación y otros programas comunitarios para el campesinado ocupaban, junto con la pesca, los últimos lugares tanto en los diarios como en el semanario. [...].

Un estudio más complejo y reciente, también llevado a cabo en Colombia, corrobora estos hallazgos. Durante ocho años se analizó el contenido de la sección agrícola en 51 ediciones de ocho diarios. En una escala con siete categorías de contenido, la reforma agraria ocupaba el último lugar. Aunque en los periódicos regionales se observó una ligera tendencia a publicar material educativo para la población rural, los diarios exhibían una preferencia exclusiva por artículos puramente informativos y de promoción (DeVries y Medina Echavarría 1967). Felstehausen (1968) encontró resultados comparables para la radio en una región colombiana.

Estudios realizados en Brasil, Chile y México, incluyendo aquel de Ruanova (1958) sobre revistas agrícolas, arrojaron resultados similares. Cordero (1973) encontró que en Costa Rica, un país cuyo sustento deriva eminentemente de la agricultura, los diarios le conceden una importancia mínima a esta actividad.

En efecto, su análisis de contenido reveló que las categorías correspondientes a la agricultura, cría animal, desarrollo rural comunitario, reforma agraria y economía agrícola, ocupaban puestos intermedios y bajos en la escala, siendo los más bajos para preservación de recursos naturales y reforestación. La categoría más alta (que ocupaba la mayor parte del espacio) en los suplementos agrícolas correspondía a la propaganda comercial relacionada.

Es evidente, por tanto, que la escasa labor de los medios masivos de comunicación en relación con desarrollo rural se dirige tan solo a los pocos agricultores no campesinos que rara vez viven en las haciendas, pero que son los únicos en condiciones de adquirir lo que los medios de comunicación ayudan a vender.

La validez de este punto puede salirse del terreno comercial para entrar también en la esfera política. Este último aspecto no ha sido aún verificado empíricamente a nivel rural por la investigación sobre comunicación en América Latina. Sin embargo, el estudio adelantado al respecto por Roca (1969), en Perú, resulta muy sugerente.

Partiendo de la hipótesis de que los intereses de los propietarios de diarios en Lima influyen sobre la orientación dada a su contenido, en especial cuando tales intereses se ven amenazados, el investigador analizó en 1963 el contenido de seis diarios, durante seis semanas en que las invasiones campesinas a las grandes haciendas constituían una seria amenaza a los intereses del monopolio latifundista del país. De las 391 columnas informativas, editoriales y propagandísticas publicadas, 290 favorecían a los grandes terratenientes, 39 a los campesinos y las restantes no tomaban partido. El contenido noticioso, en especial, favorecía marcadamente a los propietarios de tierras.

Si bien los resultados no eran sorprendentes, su importancia creció cuando el investigador encontró, además, que los dueños de tres de los seis diarios estudiados estaban claramente vinculados con la propiedad de grandes haciendas. De acuerdo con la hipótesis, 184 de los 290 artículos en contra de los campesinos provenían de estos tres diarios. [...].

El código de los mensajes

De nuevo nos encontramos con la misma situación: dado que los medios masivos de comunicación están totalmente orientados hacia el sector urbano, sus mensajes se codifican en estilos correspondientes a la audiencia citadina. Por consiguiente, la población rural no solo es ignorada en términos de contenido sino de codificación. Y esto no ocurre exclusivamente en el caso de los medios privados de comunicación masiva sino también en los materiales oficiales de comunicación agrícola masiva.

Quizás la primera constatación científica de este problema fue la de Spaulding (1956) en México y Costa Rica quien sometió a pruebas de comprensión las ilustraciones visuales de una serie de folletos educativos básicos. Los resultados mostraron que la efectividad del material dependía de: 1) la adaptación de los folletos a la experiencia de la audiencia a que estaban dirigidos; 2) la utilización del mínimo número de objetos en cada ilustración; 3) la conservación al mínimo del número de acciones separadas para la correcta interpretación del mensaje; 4) el empleo realista y funcional del color; y, 5) la representación clara y realista de los objetos y las acciones inferidas.

Un estudio más complejo realizado posteriormente en áreas rurales del Brasil, extrajo evidencia simi-

lar más sustanciosa. Este estudio (Fonseca y Kearl 1960) constituye quizás el caso pionero de investigación sobre la semántica y la semiótica de la comunicación no verbal para el desarrollo rural.

Hasta el momento, América Latina carece de estudios equivalentes sobre los mensajes de radio, televisión y cine. Algunos existen, sin embargo, en relación con la prensa.

Mediante la fórmula de legibilidad de Spaulding, Ruanova evaluó siete de las catorce revistas agrícolas publicadas en México, encontrando que su contenido era incomprensible para la mayoría de los campesinos de dicho país. Amaya (1959) analizó una revista agrícola editada en español, redactando de nuevo varios de sus artículos y sometiendo a prueba las dos versiones. Los resultados mostraron que la versión original caía en las categorías de comprensión "extremadamente difícil" y "difícil". Magdub (1966) obtuvo resultados comparables al medir, casi exclusivamente con el procedimiento de Cloze, publicaciones agrícolas técnicas y de extensión, y un texto escolar de gramática. El análisis de 122 artículos extraídos de las páginas agrícolas de cuatro diarios y un semanario rural en Colombia, llevó a Gutiérrez-Sánchez a la conclusión de que «[...] aquello que podría ser de valor inmediato en el mejoramiento agrícola está más allá de la comprensión de quienes podrían emplear mejor la información».

Es evidente, entonces, que aún en materiales comunicativos dirigidos a una audiencia rural, el código utilizado pertenece a la cultura urbana y es ajeno al campesinado. ¿Por qué? ¿Es esto accidental o deliberado?

Para el caso de los diarios, Kent y otros (1968) han dado la siguiente explicación: «Los periodistas, aún en los países en desarrollo, rara vez hacen concesiones significativas en su nivel de presentación para las gentes de escasa educación o cultura deficiente». Sin embargo, no son sólo los periodistas los que se comportan de esta manera; los escritores, los dibujantes y oros comunicadores en los organismos gubernamentales de desarrollo rural parecen también inconscientes de que escriben, dibujan, retratan o hablan en términos comprensibles sólo para el público urbano. Para algunos analistas, ésta es simplemente una manifestación más del dominio de la cultura urbana sobre la población rural. La investigación tendrá, todavía, que verificar hipótesis tan importantes como ésta. [...].

Estrategias de comunicación para el desarrollo rural

Paso ahora a la consideración de las estrategias. Veamos primero estas definiciones:

Una estrategia es un plan de conducta que involucra decisiones sobre cómo usar el poder y los recursos para alcanzar objetivos dados mediante acciones ejecutoras.

Una estrategia para el desarrollo nacional es una declaración de objetivos comunes y procedimientos de ejecución para producir determinados cambios en el comportamiento humano y natural, encaminados a tipos y niveles dados de mejoramiento y crecimiento identificados con un cierto estado y clase de modernidad.

Una estrategia de comunicación es un conjunto de decisiones sobre quién debe comunicar, qué debe comunicar, a quién debe comunicarlo, para qué, cuándo y cómo.

Una estrategia de la comunicación para el desarrollo es un conjunto de decisiones relacionadas con los comportamientos de la comunicación, que sirve directamente para lograr el desarrollo nacional en la forma concebida en la estrategia mayor.

"Desarrollo rural"[2] es un subconjunto del desarrollo nacional general. "Comunicación rural" es un subconjunto de la comunicación en general. Por lo tanto, es necesario definir separadamente las estrategias para cada grupo.

La apreciación desde dentro

El comportamiento estratégico de la comunicación (i.e. racional, organizado, eficiente) al servicio del desarrollo rural es todavía más la excepción que la regla. No sé qué tan válida sea esta aseveración para el total de países en desarrollo, pero estoy seguro de que lo es para los países latinoamericanos. He aquí algunos indicadores de ello:

1. Como regla general, no existen programas integrales anuales de comunicación al servicio del desarrollo rural. (Se han registrado intentos iniciales de formulación en Perú, Brasil, Chile, Colombia y Argentina).[3] Ante la falta de dichos programas, el apoyo de las actividades de comunicación a los trabajos de desarrollo rural se fundamentan sobre una base insuficiente, errática y desequilibrada.
2. Algunas veces los órganos de comunicación rural tienden a funcionar aisladamente, esto es, sin tener en cuenta los requerimientos de la población a la cual se dirigen y sin acoplarse en la debida forma a los objetivos institucionales y a las necesidades del personal de campo.
3. Existe una falta de coordinación entre las diversas organizaciones que transmiten mensajes para el desarrollo a las zonas rurales; no es raro encontrar duplicación de esfuerzos e incluso rivalidad competitiva.
4. Las prioridades funcionales se establecen de manera arbitraria. Por lo regular, y prácticamente sin excepción, la función de producción recibe la más alta prioridad. La más sencilla inspección de las actividades, el personal y las partidas presupuestarias lo confirma. La mayor parte de los recursos humanos y financieros se destinan a la producción de mensajes, sin inquietud alguna por su utilización o verdadera efectividad. Sólo un mínimo de energía se destina a las funciones de distribución y evaluación, y prácticamente ningún recurso se canaliza a las funciones de investigación y capacitación. El concepto materialista de desarrollo y de comunicación explica la inversión de grandes sumas en equipos de comunicación, edificios y vehículos mientras las necesidades básicas de otra índole son totalmente ignoradas.
5. La escogencia de los medios de comunicación es igualmente arbitraria. Por ejemplo, una proporción excesivamente alta de los recursos de producción se consume en mensajes impresos, en notorio contraste con los altos índices de analfabetismo existentes en las zonas rurales. Los expertos en comunicación rural prefieren, a ciegas, los canales masivos, mientras el personal de extensión agrícola exagera su preferencia por los impersonales.
6. Los mensajes están orientados, casi exclusivamente, a la ayuda del agricultor mediante información tecnológica con fines de producción, desatendiendo así las dimensiones socioculturales del esfuerzo de desarrollo. A esto se suma que los mensajes se expresan en términos correspondientes a las culturas urbanas, como se demostró previamente.
7. La conveniencia política y la falta de comprensión sobre la naturaleza de la comunicación para el desarrollo lleva frecuentemente a que los organismos de desarrollo rural gasten buena parte de sus recursos para comunicación en tareas de relaciones públicas. Por importantes que estas actividades sean para dichas instituciones, no dejan de ser ajenas a las necesidades e intereses del campesinado.

Son más las fallas similares existentes, pero basten éstas para indicar que, en sentido riguroso, no podemos todavía hablar en América Latina de la existencia de estrategias de la comunicación para el desarrollo rural. La improvisación y la arbitrariedad siguen primando sobre la planificación y racionalidad.

Si aceptamos este punto de vista, será evidente que no es posible decir aquí cuál podría ser la contribu-

ción real de las estrategias de la comunicación a las estrategias de desarrollo rural, por lo menos en lo que a América Latina se refiere. ¿Por qué esto es así?

Ante todo, culpémonos a nosotros mismos, especialistas en comunicación para el desarrollo rural. Sin embargo, nuestra falta es solamente de inmadurez. Jóvenes, como muestra su disciplina, no hemos alcanzado el nivel de los estrategas. Durante casi veinte años nos hemos contentado con poder manejar diestramente los medios de comunicación y la producción de mensajes. Luego, hará unos diez años, algunos latinoamericanos "expertos en comunicación agrícola" se convirtieron en científicos sociales, comenzando a mirar críticamente la comunicación como un proceso. La coincidencia de oficio y ciencia en nuestra profesión ha sido, sin duda, una ganancia neta. Pero todavía nos falta dar un tercer paso de importancia: aprender a utilizar, en forma óptima, nuestro oficio y nuestra ciencia en beneficio del desarrollo rural humano y democrático.[4]

Pero la fe y el entusiasmo no bastan para garantizar el éxito de tan novedosa empresa. Debemos, además, comprender a cabalidad la naturaleza del subdesarrollo en nuestra sociedad, a fin de poder contribuir a su verdadero desarrollo. Y esto es algo que quizás no logremos cumplir si, además de dominar la comunicación, no nos capacitamos en el arte incipiente de la planificación democrática[5] aplicándola a nuestro campo.

El tiempo disponible no es mucho. La comunicación social organizada eficientemente en ayuda de un cambio social profundo y rápido es la única alternativa posible frente a una transformación abrupta y violenta. En la medida en que consideremos preferible tal opción frente a la segunda, debemos aceptar con prontitud el reto y demostrar a la sociedad la viabilidad de nuestra escogencia, ya que ésta no parece dispuesta a esperar más. En términos realistas, sin embargo, no podemos alcanzar esta meta de servicio a menos que quienes dirijan los esfuerzos de desarrollo entiendan nuestro oficio y nos permitan contribuir plenamente al logro de sus objetivos. Porque nosotros, por nosotros mismos, carecemos de metas propias. La comunicación es vital para el desarrollo de una nación, pero es sólo un instrumento, instrumento poderoso pero no mágico: la comunicación por sí sola no genera desarrollo.

La apreciación desde fuera

Desafortunadamente, los dirigentes políticos o los estrategas del desarrollo general aún no han comprendido a cabalidad la importancia de la comunicación. En su mayoría no parecen tener una visión correcta de lo que ella es y tampoco percibir lo que la comunicación puede hacer por ellos en el proceso de desarrollo. Por consiguiente, nuestra primera tarea de índole práctica es establecer una comunicación positiva con aquellos que tienen la capacidad decisoria.

Por otra parte, no es razonable esperar que los expertos en comunicación se constituyan en estrategas de la comunicación para el desarrollo en situaciones donde, estrictamente hablando, tampoco existen estrategias de desarrollo integral [...].

Es raro encontrar en esta región un país que otorgue al desarrollo rural la prioridad más alta dentro de la estrategia global de desarrollo y destine con este fin una proporción adecuada de su presupuesto nacional. Igualmente, es poco usual encontrar alguno con una política completa, sólida, coherente y duradera de desarrollo rural. Con esta carencia, ¿qué pueden hacer los estrategas de la comunicación?

Los planes de desarrollo rural que existen en muchos países latinoamericanos son de baja prioridad, mal financiados, perecederos y parciales. Un buen número de ellos fallan en la incorporación sistemática de todas las instituciones de desarrollo agrícola, especialmente de aquellas de carácter autónomo, propensas a multiplicarse. Y otros de estos planes fracasan también en alcanzar un grado aceptable de articulación con el esquema integral de desarrollo. No es extraño, entonces, que la comunicación social diste mucho de integrarse al desarrollo rural y que no se le hayan otorgado las condiciones que le permitan actuar como factor de estímulo, de viabilidad, y de elevación óptima en el proceso de desarrollo.

Mirando hacia el futuro

Una estrategia general de comunicación rural para el desarrollo no puede ser formulada en el vacío. Debe provenir de una estrategia integral de desarrollo rural y subordinarse a ella. Por tanto, los países deben realizar mejoras en la formulación de esta estrategia, como prerrequisito para diseñar la de comunicación.

Seamos optimistas sobre la probabilidad de estas mejoras, ya que la región cuenta con un número de expertos competentes en desarrollo rural y la planificación para el desarrollo parece estar, al fin, empezando a interesarse más en los seres humanos que en las tasas de insumos y salidas. Supongamos que, de acuerdo a lo anterior, pronto tendremos países con una sólida estrategia de desarrollo rural. La pregunta es, entonces, ¿estaremos nosotros, los comunicadores, listos y capacitados para derivar de ella una sólida estrategia general de comunicación?

Creo que sí, siempre que aunemos esfuerzos de inmediato y nos preparemos adecuadamente. [...] Sinceramente, creo que si podemos ayudar siquiera a un país en la formulación y empleo exitosos de la estrategia en cuestión, podremos entonces, como verdaderos estrategas de la comunicación, merecer la inclusión en planteamientos semejantes al del planificador-economista Roberto de Oliveira Campos, quien afirma:

> «Aunque los economistas no corren el peligro inmediato de engrosar las filas del desempleo, es claro que han dejado muy poco que decir o añadir de valor sobre la mecánica del desarrollo. Tenemos que cederle la palabra a los psicólogos sociales y a los científicos políticos».

Notas

1 Aquellos interesados en una exposición más amplia pueden remitirse al trabajo del autor titulado "Communication in Latin America: Persuation for Status Quo or for National Development" (tesis doctoral; Lansing, Michigan, Michigan State University, 1970). Para un resumen, a su publicación "La problemática de la comunicación para el desarrollo rural en América Latina" (Buenos Aires, Argentina, AIBDA, 1972), así como a "El sistema y el proceso de comunicación social en Latinoamérica y su relación con el desarrollo rural" (Cuzco, Perú, UNESCO, 1973).

2 El desarrollo rural supone algo más que el simple aumento en la productividad agrícola. Consideramos el desarrollo rural como "un proceso dentro del cual la agricultura de una nación se torna en un componente continuamente más productivo y racionalmente más organizado de un moderno Estado industrial emergente, con los cambios que ello implica en su estructura social y política, en sus procesos productivos y en sus valores".

3 El más extenso es probablemente el de Perú (Ministerio de Agricultura, "Plan Nacional de Comunicación Agraria 1972", Perú, 1972).

4 Díaz Bordenave hizo un análisis profundo de la evolución de la profesión en América Latina en "New Approaches to Communication Training for Developing Countries", Louisiana, Bâton Rouge, 1972.

5 Carvalho ha hecho una contribución valiosa en este sentido, en "Comunicaçao e o Processo de Planejamento, Brasilia, Ministerio de Agricultura (Textos técnicos), 1972.

Bibliografía citada

Amaya, S. (1959). "A Plan for Empirical Testing of the Spaulding Readability Formula for Colombian Agricultural Publications". M. S. Thesis (abstract). Wisconsin, Madison, University of Wisconsin.

Berlo, David K. (1970). "Given Development, what role for Communication". Resumen de una presentación en la Primera Conferencia Mundial de Comunicación Social para el Desarrollo. México, Consejo Nacional de la Publicidad.

Bostian, L. R. y Oliveira, F. C. (1965). "Relationships of Literacy and Education to Communication and to Social Conditions on Small Faros in two Municipios of Southern Brazil" in *Rural Sociological Society*.

Campos, R. de O. (1969). *Reflections on Latin American Development*. Texas, University of Texas.

Carter, R. F. y Schramm, W. (1959). "Scales for Describing National Communication Systems". Mimeografía. Stanford, California, Institute for Communication Research.

Cordero Rodríguez, M. (1973). "Análisis de contenido de los suplementos agropecuarios de los periódicos de Costa Rica". Tesis. Costa Rica, San José, Universidad de Costa Rica, Escuela de Periodismo.

Cutright, P. (1963). "National Political Development, Measurement and Analysis" in *American Sociological Review*, Nº 28.

Deutschmann, P. J. y McNelly, J. T. (1964). *Media Use and Socio-economic Status in a Latin American Capital*. East Lansing, Michigan, Michigan State University.

Deutschmann, P. J.; Elingsworth, H. y McNelly, J. T. (1961). "Mass Media Use by Subelites in Latin American Countries" en *Journalism Quarterly*, Nº 38.

DeVries, E. y Medina Echavarría, J. (1967). *Social Aspects of Economic Development in Latin America*. Bélgica, Tournai, UNESCO.

Díaz Bordenave, J. (1972). *New Approaches to Communication Training for Developing Countries*. Louisiana, Bâton Rouge.

Fagen, R. R. (1966). *Politics and Communication*. Boston, Massachussetts, Little Brown.

Farace, V. R. (1961). *Mass Communication, Political Participation and other National Characteristics; a Factor Analytic Investigation*. Lincoln, Nebraska.

Felstehausen, H. (1968). "Economic Knowledge, Participation and Farmer Decision Making in a Developed and Underdeveloped Country" en *International Journal or Agrarian Affairs*, Vol. 5, Nº 7.

Frey, F. W. (1966). *The Mass Media and Rural Development in Turkey*. Cambridge, Massachussetts, MIT, Center for International Studies.

García, A. (1966). *El problema agrario en América Latina y los medios de información colectiva*. Quito, Ecuador, CIESPAL.

Gutiérrez-Sánchez, J. (1966). "Content Analisis and Readability Study of the Agricultural Pages in Five Colombian Newspapers". M. S. Thesis. Madison, Wisconsin, University of Wisconsin.

Heilbroner, R. L. (1963). *The Great Ascent; the Struggle for Economic Development in our Time*. New York, Harper and Row.

Kaplún, M. (1973). *Los medios de comunicación social en América Latina*. Bigotá, ed. Educación hoy.

Kent, K.; Mishra, V. M. y Simmons, R. (1968). "Media and Development News in Slums of Ecuador and India" en *Journalism Quaterly*, Nº 45.

Lerner, D. (1958). *The Passing of the Traditional Society*. Glencoe, Illinois, Free Press.

McNamara, R. L. y Gutiérrez-Sánchez, J. (1968). "Algunos factores que afectan al proceso de comunicación en una vereda colombiana" en *Revista ICA*, Nº 3.

Mejía, P. (1971). "Dominación y reacciones a la Reforma Agraria" en *Desarrollo Rural en las Américas*, Vol. 3, Nº 3.

Mills, C. Wright (1959). *The Power Elite*. New York, Oxford University.

Rao Laksmana, Y. V. (1966). *Communication and Development; a Study of Two Indian Villages*. Minneapolis, Minnesota, University of Minnesota.

Roca, L. (1969). "Los intereses económicos y la orientación de noticias sobre el movimiento campesino" en *Campesino*, Vol. 1. Nº 1.

Rockefeller, D. (1969). "Lessons of the '60s, Challenges of the '70s'" en *War on Hunger*, 3 (noviembre).

Ruanova, H. A. (1958). "Content and Readability of Some Latin American Agricultural Magazines". M. A. Thesis. Madison, Wisconsin, University of Wisconsin.

Schrone, L. F. (1961). "The Statistical Measurement of Urbanization and Economic Development" in *Land Economics*, Nº 37.

Uphoff, Norman. (1973). "Rural Development; Social and Political Aspects of Agrarian Reform, some Propositions on the Policital Economy of Rural Development". Mimeografía. Costa Rica, San José, Society for International Development.

Beltrán S., Luis Ramiro (1974). "Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias". Ponencia presentada en el Simposio *Estrategias de Comunicación para el Desarrollo Rural*, marzo 17-22. Cornell-CIAT. New York, Cornell University. Reproducción autorizada por el autor.

Extracto de Teatro del oprimido

Augusto Boal

1974

Podemos afirmar que la primera palabra del vocabulario teatral es el cuerpo humano, principal fuente de sonido y movimiento. Por eso, para dominar los medios de producción del teatro, el hombre tiene, en primer lugar, que dominar su propio cuerpo, conocer su propio cuerpo para después poder tornarlo más expresivo. Estará entonces habilitado para practicar formas teatrales en que por etapas se libera de su condición de "espectador" y asume la de "actor", en que deja de ser objeto y pasa a ser sujeto, en que de testigo se convierte en protagonista.

El plan general para la conversión del espectador en actor puede ser sistematizado en el siguiente esquema general:

Primera etapa: *Conocer el cuerpo*; secuencia de ejercicios en que uno empieza a conocer su cuerpo.

Segunda etapa: *Tornar el cuerpo expresivo*; secuencia de juegos en que uno empieza a expresarse a través del cuerpo.

Tercera etapa: *El teatro como lenguaje*; se empieza a practicar el teatro como lenguaje vivo y presente, no como producto acabado.

> ***Primer grado***: *Dramaturgia simultánea*; los espectadores "escriben" simultáneamente con los actores que actúan.
> ***Segundo grado***: *Teatro-imagen;* los espectadores intervienen directamente, "hablando" a través de imágenes hechas con los cuerpos de los actores.
> ***Tercer grado***: *Teatro-foro*; los espectadores intervienen directamente en la acción dramática y actúan.

Cuarta etapa: *El teatro como discurso*; formas sencillas en que el espectador-actor presenta "espectáculos" según sus necesidades de discutir ciertos temas o ensayar ciertas acciones.

Ejemplos:

1) Teatro periodístico.
2) Teatro invisible.
3) Teatro fotonovela.
4) Quiebra de represión.
5) Teatro-mito.
6) Teatro-juicio.
7) Rituales y máscaras.

Primera etapa: *Conocimiento del cuerpo*

El contacto inicial con un grupo de campesinos, obreros o villeros[1] es extremadamente difícil si se les plantea "hacer teatro". Lo más probable es que nunca hayan oído hablar de teatro y que, si tienen alguna idea al respecto, ella esté deformada por la televisión y sus lacrimógenas tiras o por algún grupo circense. Es muy común, también, que tales personas asocien teatro con ocio o con perfumes. De modo que es necesario tener cuidado, aun cuando el contacto se dé a través de un alfabetizador que pertenezca a la misma clase de los analfabetos o semialfabetizados, aunque viva entre ellos en una choza parecida, con la misma falta de comodidades. El simple hecho de que el alfabetizador llegue con la misión de alfabetizar (que se supone una acción colectiva, impositiva) tiende ya a alejarlo de la gente del lugar. Por eso conviene que la aplicación de un sistema teatral empiece no por algo ajeno a la gente. [...].

Un pequeño ejemplo puede aclarar este punto: compárense las estructuras musculares del cuerpo de un

dactilógrafo con las de un sereno de una fábrica. El primero realiza su trabajo sentado en su silla: del ombligo para abajo su cuerpo se convierte, durante el trabajo, en una especie de pedestal; mientras sus brazos y sus dedos se agilizan. El sereno, en cambio, está obligado a caminar de un lado para otro durante ocho horas seguidas y consecuentemente desarrollará estructuras musculares que lo ayudan a caminar. Los cuerpos de ambos se alienan según sus trabajos respectivos.

Lo mismo que ocurre con estos dos trabajadores sucede con cualquier persona en cualquier función y en cualquier estatus social. El conjunto de papeles que una persona tiene que desempeñar impone sobre ella una "máscara" de comportamiento. Por eso terminan por parecerse entre sí personas que desempeñan los mismos papeles: artistas, militares, clérigos, maestros, obreros, campesinos, terratenientes, nobles decadentes, etc. [...].

Los ejercicios de esta primera etapa tienen por finalidad *deshacer* las estructuras musculares de los participantes. Es decir, desmontarlas, verificarlas, analizarlas. No para que desaparezcan, pero sí para que se vuelvan conscientes. Para que cada obrero, cada campesino, comprenda, vea y sienta hasta qué punto su cuerpo está determinado por su trabajo.

Si uno es capaz de desmontar sus propias estructuras musculares será seguramente más capaz de "montar" estructuras musculares propias de otras profesiones o estatus sociales, es decir, estará más capacitado para "interpretar" físicamente otros personajes diferentes de sí mismo.

Todos los ejercicios de esta serie están, pues, destinados a *deshacer*; no interesan los ejercicios acrobáticos, atléticos, que tienden a crear estructuras musculares de atletas o acróbatas. Como ejemplificación, describo algunos:

1) *Carrera en cámara lenta*: Los participantes son invitados a correr una carrera con la finalidad de perderla: gana el último. Así, todo el cuerpo, al moverse en cámara lenta, tendrá que, a cada centímetro en que se disloca su centro de gravedad, reencontrar una nueva estructura muscular que promueva el equilibrio. Los participantes no pueden interrumpir el movimiento y quedarse parados; igualmente deben dar el paso más largo que puedan y sus pies deben pasar por encima de las rodillas. En este ejercicio, una carrera de 10 metros puede ser más fatigante que una carrera convencional de 500 metros: el esfuerzo necesario para mantener el equilibrio en cada nueva posición es muy intenso.
2) *Carrera de piernas cruzadas*: Los participantes se unen en parejas, se abrazan y trenzan sus piernas (izquierda de uno con derecha del otro y viceversa). En la carrera, cada pareja actúa como si fuera una sola persona y cada persona actúa como si su pareja fuera su pierna. La "pierna" no salta sola: tiene que ser movida por su pareja.
3) *Carrera del monstruo*: Se forman "monstruos" de cuatro patas: cada uno abraza el tórax de su pareja pero al revés, de tal manera que las piernas de uno encajan en el cuello del otro, formando un monstruo sin cabeza y con cuatro patas. Se corre una carrera.
4) *Carrera en rueda*: Las parejas forman ruedas, cada uno agarrando los tobillos del otro y corren una carrera de ruedas humanas.
5) *Hipnotismo*: Las parejas se ponen frente a frente y uno pone su mano a pocos centímetros de la nariz del otro, quien está obligado a mantener esa distancia permanentemente; el primero empieza a mover su mano en todas las direcciones, para arriba y para abajo, para la izquierda y para la derecha, lenta o más rápidamente, mientras el otro mueve todo su cuerpo de manera de mantener la misma distancia entre su nariz y la mano del compañero. En esos movimientos uno es obligado a asumir posiciones corporales que jamás adopta en la vida diaria, "reestructurando" permanentemente sus estructuras musculares.
Después se forman grupos de tres: uno lidera y los otros dos siguen, cada uno a una mano. El que lidera puede hacer cualquier cosa, cruzar los brazos, separar las manos, etc., mientras que los otros dos tienen que mantener la distancia. En seguida se forman grupos de cinco, uno lidera y los otros cuatro mantienen la distancia en relación a las dos manos y a los dos pies del que lidera, mientras éste puede hacer lo que le dé la gana, incluso bailar, etc.
6) *Match de box*: Los participantes son invitados a practicar box, pero no deben tocarse bajo ningún concepto; cada uno debe pelear como si lo hiciera de verdad, pero sin tocar al compañero que, sin embargo, debe reaccionar como si hubiese recibido cada golpe. Estas luchas pueden ser extremadamente violentas y lo único que se prohíbe es que los participantes se toquen.
7) *Far west*: Es una variación del anterior. Los participantes improvisan una escena típica de las malas películas del *far west*, con el pianista, el mozo amanerado, las bailarinas, los borrachos, los "malos" que entran dando patadas a la pequeña puerta de vaivén, etc. Toda la escena muda se representa sin que los participantes puedan tocarse, pero de manera tal que reaccionen a todo gesto o hecho que ocurra, como, por ejemplo, una imaginaria silla que se tira contra la fila de botellas, cuyos pedazos salen disparados en todas direcciones: hay que reaccionar a la silla, a las botellas que caen, etc. Al final de la escena, todos tienen que estar peleando contra todos.

Estos ejercicios están incluidos en mi libro *200 ejercicios y juegos para el actor y para el no actor con ganas de decir algo a través del teatro*. Hay una infinidad más que pueden, igualmente, ser utilizados. Es siempre conveniente que al proponer un ejercicio se pida a los participantes que cuenten o inventen otros. Es importante mantener una atmósfera creadora. Y, en esta etapa, imaginar y practicar ejercicios que "analicen" las estructuras musculares de cada participante.

Empatía

1974

Augusto Boal

Extracto de *Teatro del oprimido*

Cuando empieza el espectáculo se establece una relación entre el personaje, especialmente el personaje protagónico, y el espectador. Esta relación tiene características bien definidas: el espectador asume una actitud pasiva y delega los poderes de acción al personaje. Como éste se parece a nosotros (como indica Aristóteles), nosotros vivimos, *vicariamente*, todo lo que vive el personaje. Sin actuar, sentimos que estamos actuando; sin vivirlo, sentimos que lo estamos viviendo. Amamos y odiamos cuando ama y odia el personaje.

La empatía no ocurre sólo con los héroes trágicos: basta con ver a los chicos, excitadísimos, mirando una serie del *far west* por la televisión, o las miradas románticas del público mientras en la tele se besan el héroe y la heroína. Se trata de pura empatía. Ésta nos hace sentir lo que les pasa a los otros como si nos estuviera sucediendo a nosotros mismos.

La empatía es una relación emocional entre personaje y espectador. Una relación que puede ser, en lo básico, como sugiere Aristóteles, de piedad y terror, pero que puede incluir igualmente otras emociones: amor, ternura, deseo (en el caso de muchos artistas de cine y sus *fan-clubs*), etcétera.

La empatía se procesa en especial en relación a lo que hace el personaje, es decir, a su *ethos*. Pero existe igualmente una relación empática *dianoia* (del personaje)-*razón* (del espectador), que equivale a *ethos-emoción*. El *ethos* estimula la emoción, la *dianoia* estimula la razón.

Dejemos claro que las emociones empáticas básicas de piedad y terror se establecen a partir de un *ethos* que revela tendencias buenas (piedad por su destrucción) y una tendencia mala, una *harmatia* (terror porque también nosotros la poseemos).

Boal, Augusto (1974). *Teatro del Oprimido – Teoría y práctica.* Buenos Aires, Ediciones de la Flor.

Segunda etapa: *Tornar expresivo el cuerpo*

En una segunda etapa, se intenta desarrollar la capacidad expresiva del cuerpo. En nuestras sociedades nos acostumbramos a expresarlo todo a través de la palabra, quedando de ese modo subdesarrollada toda la enorme capacidad expresiva del cuerpo. Una serie de "juegos" pueden ayudar a los participantes a que empiecen a usar los recursos del cuerpo para expresarse. Se trata de juegos de salón y no necesariamente de laboratorio de teatro. Los participantes son invitados a "jugar" y no a "interpretar" personajes, pero "jugarán" mejor en la medida en que "interpreten" mejor [...].

Este tipo de juego puede variar *ad infinitum* y los papelitos pueden contener, por ejemplo, nombres de profesionales. Si los participantes muestran a un animal, esto tal vez tenga poco que ver con la ideología. Pero si a un campesino le toca interpretar un terrateniente o a un obrero el dueño de la fábrica, o si a la mujer de uno de éstos le toca interpretar el policía, toda la ideología cuenta y encuentra su expresión física a través del juego. En los papelitos pueden estar, igualmente, los propios nombres de los participantes que tendrán así que interpretarse los unos a los otros, revelando de esa manera sus opiniones y haciéndose, físicamente, críticas mutuas.

También en esta etapa, como en la primera, hay una serie muy grande de juegos que se pueden utilizar, tratando siempre de hacer que los participantes inventen otros y que no sean receptores pasivos del divertimiento que viene de afuera.

Tercera etapa: *El teatro como lenguaje*

Esta etapa se divide en tres partes, representando cada una un grado diferente de participación directa del espectador en el espectáculo. Se trata de hacer que el espectador se disponga a intervenir en la acción, abandonando su condición de objeto y asumiendo plenamente su papel de sujeto. Las dos etapas anteriores son preparatorias, centradas en el trabajo del participante con su propio cuerpo. Esta etapa se centra en el tema a ser discutido, y promueve el paso del espectador a la acción.

Primer grado: Dramaturgia simultánea. Ésta es la primera invitación que se le hace al espectador para que intervenga, sin que sea necesaria su entrada física en "escena".

Se trata aquí de interpretar una escena corta, de 10 a 20 minutos, propuesta por alguien del lugar, por un vecino de la barriada. Los actores pueden improvisar de acuerdo con un guión previamente elaborado, como pueden también escribir directamente la escena y memorizar sus parlamentos. En cualquier caso, el espectáculo gana en teatralidad si la persona que propuso el tema se encuentra presente en la platea. Se inicia la escena y se le conduce hasta un punto en que el problema principal llega a su crisis y necesita solución. Entonces los actores dejan de interpretar y piden al público que ofrezca soluciones. En seguida, improvisadamente, se interpretan todas las soluciones propuestas por el público, que tiene derecho a intervenir, corregir acciones o parlamentos producidos por los actores, los cuales son obligados a retroceder e interpretar lo que les propone el público. Así, mientras la platea "escribe" la obra, los actores, simultáneamente, la interpretan. Todo lo que piensan los espectadores es discutido "teatralmente" en escena con la ayuda de los actores. Todas las soluciones, propuestas, opiniones, son expuestas en forma teatral. La discusión misma no se tiene que producir sólo a través de palabras, sino a través de todos los demás elementos del teatro.

Un pequeño ejemplo: en una barriada de San Hilarión, en Lima, una señora propuso un tema candente. Resulta que ella era analfabeta y que su marido le había dado para guardar, años atrás, unos "documentos" que, según él, eran de suma importancia. La buena señora guardó sin sospechar nada. Un día los dos se pelearon por alguna razón y la mujer se acordó de los documentos y quiso saber de qué trataban, pues temía que se relacionasen con la propiedad de su casita. Como no sabía leer, le pidió a una vecina que lo hiciera. Muy amable, la señora se apuró a leer los documentos que, para sorpresa y diversión de todo el barrio, no eran tales sino cartas de amor escritas por la amante del marido de la pobre analfabeta. La traicionada quería venganza. Los actores improvisaron las escenas hasta el momento en que, por la noche, el marido vuelve a la casa. La mujer quiere vengarse: ¿cómo hacerlo? Aquí se interrumpía la acción y la participante que interpretaba a la mujer preguntaba a los demás participantes-espectadores cuál debía ser su actitud frente al marido.

Todas las mujeres de la platea empezaban a discutir y a exponer sus opiniones. Los actores oían las distintas sugerencias y actuaban según normas dadas por el público. Todas las posibilidades eran examinadas. En este caso particular fueron éstas las soluciones propuestas.

1) Llorar mucho para hacerlo sentirse culpable. Una chica sugirió que la mujer se pusiera a llorar mucho para que el marido sintiera qué malo había sido; la actriz interpretó esa sugerencia, lloró muchísimo, el marido la consoló y cuando terminó, le pidió que sirviera la cena, y todo quedó como estaba. El marido le garantizó que ya se había olvidado de esa amante y que sólo la amaba a ella, etc. El público no aceptó esta solución.
2) Irse de casa dejando solo al marido, como castigo. La actriz interpretó esta sugerencia y después de mostrar al marido que había sido muy malo, agarró sus cosas, las metió en una valija y lo dejó solo, muy solo, para que aprendiera. Pero al salir de la casa, es decir, de su propia casa, interrogó al público sobre lo que haría entonces. Para castigar a su marido, terminaba por castigarse a sí misma. ¿A dónde iría ahora? ¿En qué casa podía vivir? Ese castigo positivamente no servía, ya que se volcaba sobre ella misma.
3) Cerrar la puerta al marido para que él tuviera que irse. También esta variante fue ensayada. El marido pide y pide que lo deje entrar, pero la mujer decide dejarlo afuera. Después de mucho insistir, el marido comenta: "Muy bien, me voy. Hoy me pagaron el sueldo y me voy con mi dinero a vivir con mi amante, y tú arréglatelas sola...". Y se va. La actriz comenta que no le gusta esa solución, pues el marido se va con la otra y ella, ¿de qué va a vivir ahora? La pobre mujer no gana lo suficiente como para vivir sola y no puede prescindir del marido.
4) La última solución fue presentada por una señora gorda y exuberante y fue aceptada por unanimidad por todo el público presente, hombres y mujeres. Dijo la señora:

   "Tú haces así: lo dejas pasar, agarras un palo bien grande y cuando él entre, le pegas con todas tus fuerzas, y le das muchos golpes. Después de que le hayas pegado bastante, para que se arrepienta, pones el palo a un lado, le sirves la cena, con mucho cariño, y lo perdonas...".

La actriz actuó esa versión, después de vencer las resistencias naturales del actor que interpretaba al marido y luego de pegarle mucho, para diversión del público presente, los dos se sentaron a la mesa, comieron y discutieron las últimas medidas del gobierno que acababa de nacionalizar compañías yanquis...

Esta forma de teatro produce una gran excitación entre los participantes; empieza a demolerse el muro que separa a actores de espectadores. Unos escriben y otros actúan casi simultáneamente. Los espectadores sienten que pueden intervenir en la acción. La acción deja de ser presentada *determinísticamente*, como una fatalidad, como el Destino. ¡El hombre es el Destino del Hombre! Pues entonces, el Hombre-Espectador es el creador del destino del Hombre-Personaje. Todo está sujeto a crítica, a rectificación. Todo es transformable, y todo se puede transformar al instante: los actores deben estar

listos para aceptar cualquier propuesta sin rechazarla nunca: deben simplemente actuarla, mostrar en vivo cuáles son sus consecuencias y sus contrapartidas. Todo espectador, por ser espectador, tiene derecho a probar su versión. Nada de censura previa. El actor no cambia en su función principal: sigue siendo el intérprete. *Lo que cambia es a quién debe interpretar*. Si antes interpretaba a un señor encerrado en su gabinete a quien la inspiración divina le dictaba un texto acabado, aquí, por el contrario, tiene que interpretar al público popular, reunido en su comisión de fomento, sociedad de amigos del barrio, grupo de vecinos, escuelas, sindicatos, fábricas, ligas campesinas o lo que sea, e interpretar lo que piensa este conjunto de hombres y mujeres. El actor deja de interpretar al individuo y pasa a interpretar al grupo: esto es mucho más difícil y, al mismo tiempo, mucho más creador.

Segundo grado: Teatro imagen. En este segundo grado el espectador tiene que intervenir más directamente. Se le pide que exprese su opinión sobre un tema determinado, de interés común, que los participantes desean discutir. El tema puede ser amplio, abstracto, como por ejemplo "el imperialismo" o puede ser más concreto y referirse a un problema local, como la ausencia de agua, cosa que suele ocurrir en la casi totalidad de las barriadas. Se pide al participante que exprese su opinión pero sin hablar, usando solamente los cuerpos de los demás participantes, "esculpiendo" con ellos un conjunto de estatuas, de tal manera que sus opiniones y sensaciones resulten evidentes. El participante deberá usar los cuerpos de los demás como si él fuera un escultor y los demás estuviesen hechos de barro: deberá determinar la posición de cada cuerpo hasta en los detalles más sutiles de sus expresiones fisonómicas. En ningún caso le es permitido hablar. Lo máximo que puede hacer es demostrar con su rostro lo que desea que haga el espectador-estatua. Después de organizado este conjunto de estatuas, puede discutir con los demás participantes para establecer si están todos de acuerdo. Se puede ensayar modificaciones: cada espectador tiene el derecho de modificar las estatuas, en su totalidad o en algún detalle. Cuando finalmente se llega a una figura aceptada lo más unánimemente posible, se le pide al espectador-escultor que haga otro conjunto mostrando cómo le gustaría que fuera el tema dado; es decir, en el primer conjunto se muestra la *imagen real*; en el segundo, la *imagen ideal*. Finalmente se le pide que muestre la *imagen tránsito*, es decir, cómo será posible pasar de una realidad a otra. En otras palabras, cómo se puede realizar el cambio, la transformación, la revolución, o cualquier palabra que se quiera utilizar. Siempre a partir de un conjunto de estatuas aceptadas por todos, de una imagen real, se pide a cada uno que proponga sus transformaciones.

Otra vez un ejemplo concreto puede esclarecer mejor la cuestión. A una joven alfabetizadora que vivía en el pueblo de Otusco se le pidió que, a través de un conjunto de imágenes, nos explicara a todos cómo era su pueblo natal. En Otusco, antes del actual gobierno revolucionario, hubo una rebelión campesina; los terratenientes (que ya no existen en Perú) apresaron al líder de esa rebelión, lo condujeron a la plaza central del pueblo y ahí, delante de todos, lo castraron. La chica de Otusco compuso la imagen de la castración, colocando a uno de los participantes en el suelo, mientras otro hacía el gesto de castrarlo y, por detrás, otro lo agarraba por la espalda. Luego puso de un lado a una mujer rezando arrodillada y del otro a un grupo de cinco hombres y mujeres, también arrodillados, con las manos atadas a la espalda. Detrás del hombre castrado, la muchacha puso a otro participante en ostensible actitud de poder y violencia y detrás de éste a dos hombres armados, apuntando con sus armas al prisionero.

Esta era la imagen que ella tenía de su pueblo. Imagen terrible, pesimista, derrotista, pero igualmente imagen de algo que había acontecido realmente. En seguida se le pidió a la muchacha que mostrara cómo quería ella que fuera su pueblo. Ella modificó totalmente las estatuas de ese conjunto y compuso otro de gente que se amaba, que trabajaba, en fin, un Otusco feliz y contento, ideal. Vino en seguida la tercera parte, la más importante de esta forma de teatro: ¿cómo se puede, a partir de la imagen real, llegar a la imagen ideal? ¿Cómo producir el cambio, la transformación, la revolución?

Aquí se trataba de dar una opinión, pero sin hablar. Cada participante tenía el derecho de actuar como escultor y mostrar cómo el conjunto se podía modificar a sí mismo a través de un reordenamiento de fuerzas, en el sentido de llegar a una imagen ideal. Cada uno mostraba su opinión hecha imagen. Se armaban increíbles discusiones, pero sin hablar. Cuando uno exclamaba: "Así no es posible, no pienso que..." era inmediatamente interrumpido: "No diga lo que piensa, venga y muéstrelo...". El participante iba y mostraba físicamente, visualmente, su pensamiento, y la discusión proseguía.

En este caso particular se observaron especialmente las siguientes variantes:

1) Cuando se le pedía a una joven del interior del país que hiciera la imagen del cambio, ella nunca cambiaba la imagen de la mujer arrodillada, significando claramente que no veía en esa mujer ninguna fuerza transformadora, revolucionaria. Naturalmente, las muchachas se identificaban con esa figura femenina, y como no creían en sí mismas como protagonistas posibles de la revolución, tampoco modificaban la imagen de la mujer arrodillada. En cambio, cuando se pedía lo mismo a una muchacha de Lima, ésta, en tanto estaba más "liberada", empezaba por cambiar justamente esa imagen, con la cual se identificaba. Este experimento fue hecho repetidas veces y siempre produjo el mismo resultado, sin variaciones. Seguramente no se trataba de una ocurrencia fortuita, sino de la expresión sincera y visual de la ideología y de la psicología de los participantes. La muchacha de Lima siempre cambiaba la imagen: unas hacían que la mujer se agarrara a la figura del hombre castrado, otras que se dispusiese a pelear en contra del castrador, etc. Las del interior del país no hacían más que dejar que la mujer levantara las manos en actitud de oración.
2) Todos los participantes que creían en el gobierno revolucionario empezaban por cambiar las figuras armadas al fondo del conjunto: los dos hombres que apuntaban contra el castrado eran modificados y pasados a apuntar contra la figura poderosa del centro o contra los castradores; en cambio, cuando un participante no tenía la misma fe en su gobierno, cambiaba a todos menos a esas figuras armadas.
3) Las personas que creían en soluciones mágicas o en un "cambio de conciencia" de las clases explotadoras, empezaban a cambiar a los castradores, que se modificaban de *motu propio*, y

1974

Poética del oprimido

Extracto de *Teatro del oprimido*

Augusto Boal

Al principio, el teatro era el canto ditirámbico: el pueblo libre cantando al aire libre. El carnaval. La fiesta.

Después, las clases dominantes se adueñaron del teatro y construyeron sus muros divisorios. Primero, dividieron al pueblo, separando a actores de espectadores: gente que hace y gente que mira: ¡se terminó la fiesta! Segundo, entre los actores, separaron a los protagonistas de la masa: ¡empezó el adoctrinamiento coercitivo!

El pueblo oprimido se libera. Y otra vez se adueña del teatro. Hay que derrumbar los muros. Primero, el espectador vuelve a actuar: teatro invisible, teatro foro, teatro imagen, etc. Segundo, hay que eliminar la propiedad privada de los personajes por los actores individuales: sistema comodín.

Boal, Augusto (1974). *Teatro del Oprimido – Teoría y práctica*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor.

a la figura poderosa del centro que se regeneraba; en cambio, los que no creían en esa forma de tránsito social, transformaban primeramente a los hombres arrodillados, haciendo que éstos asumieran posiciones de lucha, atacando a sus dominadores.

4) Una joven, además de hacer que las transformaciones fuesen obra de los hombres arrodillados, que se liberaban, atacaban a sus verdugos y los capturaban, hizo también que una de las figuras del "pueblo" se dirigiera a todos los demás participantes, indicando claramente su opinión de que los cambios sociales los hace el pueblo en su conjunto, y no solamente su vanguardia.
5) Otra muchacha, por el contrario, hizo todas las modificaciones posibles e imaginables, dejando intocados únicamente a los cinco hombres de manos atadas. Ella pertenecía a la clase media alta. Después de varias tentativas, y cuando ya estaba nerviosa por no poder imaginar ninguna otra transformación, se le indicó la posibilidad de cambiar al conjunto de figuras atadas; ella los miró y espantada exclamó: "La verdad es que éstos me están sobrando…". Era la verdad. El pueblo le estaba sobrando: jamás había sido capaz de verlo…

Esta forma de teatro-imagen es, sin duda, una de las más estimulantes, por ser tan fácil de practicar y por su extraordinaria capacidad de hacer *visible* el pensamiento. Esto ocurre porque cuando uno usa el lenguaje *idioma*, cada palabra posee una denotación que es la misma para todos, pero posee igualmente una connotación, que es única para cada uno. Si yo digo la palabra "revolución", evidentemente todos se darán cuenta de que hablo de una transformación radical, pero, al mismo tiempo, cada uno pensará en "su" revolución, en su concepto personal de revolución. Pero si yo tengo que hacer un conjunto de estatuas que signifique "mi" revolución, aquí no habrá dicotomía denotación-connotación. La imagen sintetiza la connotación individual y la denotación colectiva. En mi conjunto que significa revolución, ¿qué hacen las estatuas?: ¿tienen armas en la mano o tienen votos?; ¿las figuras del pueblo están unificadas en actitud de lucha contra las figuras que significan los enemigos comunes a todos o, por el contrario, las figuras populares están dispersas, o en actitud de discutir entre ellas? Mi concepción de "revolución" quedará clara si, en lugar de hablar, muestro con imágenes lo que pienso.

Recuerdo que en una sesión de psicodrama una muchacha hablaba repetidamente de los problemas que tenía con su novio, y siempre empezaba más o menos con la misma frase: "Él vino y me abrazó y entonces"… Siempre el mismo abrazo iniciando sus cuentos y todos nosotros entendíamos que ellos se abrazaban, es decir, entendíamos lo que la palabra abrazo *denota*. Un día ella mostró, actuando, cómo eran esos encuentros: él se aproximaba, ella cruzaba los brazos sobre sus propios pechos, como defendiéndose, él la agarraba y la apretaba y ella mantenía siempre sus manos cerradas, defendiéndose. Ésa era una connotación particular para la palabra "abrazo". Cuando entendimos su "abrazo" pudimos, por fin, entender sus problemas con el novio…

En el teatro-imagen se pueden usar otras técnicas:

1) Se permite a cada participante transformado en estatua, que realice un movimiento y tan sólo uno, o un gesto, cada vez que se hace un ruido con las manos. En este caso el conjunto de imágenes se transformará según el deseo individual de cada participante.
2) Se pide a los participantes que memoricen la imagen ideal, que vuelvan a la imagen real primitiva y después realicen los movimientos necesarios para llegar otra vez a la imagen ideal, mostrando así el conjunto de imágenes en movimiento y permitiendo analizar la viabilidad o no de los tránsitos propuestos; se verá entonces si el conjunto se transforma por obra y gracia del Espíritu Santo o si la transformación se opera por las fuerzas en contradicción en el seno mismo del conjunto.
3) Se pide al participante-escultor que, una vez terminada su obra, procure ubicarse él mismo dentro del conjunto que ha creado; uno a veces se da cuenta de que posee sobre su realidad una visión cósmica, como si uno no estuviera también dentro de esa realidad.

El juego con imágenes ofrece muchas otras probabilidades. Lo importante, siempre, es analizar la viabilidad del cambio.

Tercer grado: Teatro-foro. Éste es el último grado y aquí el participante tiene que intervenir decididamente en la acción dramática y modificarla. Éstas son sus etapas: inicialmente se solicita a los participantes que cuenten una historia con un problema político o social de difícil solución. En seguida se improvisa o se ensaya y posteriormente se presenta un espectáculo de 10 ó 15 minutos que represente ese problema y la solución propuesta que se quiere discutir. Cuando termina la presentación se pregunta a los participantes si están de acuerdo con la solución presentada. Evidentemente dirán que no. Se explica entonces que la escena se representará una vez más, exactamente de la misma manera que la primera vez. Pero esta segunda vez, cualquier participante de la platea tiene derecho a sustituir a cualquier actor y conducir la acción en la dirección que a él le parezca más adecuada. El actor sustituido aguarda afuera, para reintegrarse pronto, en el momento en que el participante dé por terminada su intervención; los demás actores tienen que enfrentar la nueva situación creada, examinando "en caliente" todas las posibilidades que la nueva propuesta ofrezca.

Los participantes que intervengan tienen obligatoriamente que continuar las acciones físicas de los actores que son sustituidos; no se les permite que, simplemente, entren en escena y se pongan a hablar y hablar y hablar: tienen que cumplir el mismo trabajo o las mismas actividades de los actores que estaban en su lugar. La actividad teatral debe seguir igual, en escena. Uno puede proponer cualquier solución, pero en escena, trabajando, actuando, haciendo cosas, y no desde la comodidad de su butaca. Muchas veces, uno es muy revolucionario cuando en un foro pronostica y sugiere actos revolucionarios y heroicos; en cambio a menudo advierte que las cosas no son tan fáciles cuando tiene él mismo que practicar lo que sugiere.

Un ejemplo: un muchacho de 18 años trabajaba en la ciudad de Chimbote, uno de los puertos pesqueros más importantes del mundo. Hay allí una infinidad de fábricas de harina de pescado, principal producto de exportación del Perú. Algunas son muy grandes y otras cuentan apenas con ocho o diez empleados; en una de éstas trabajaba el muchacho. El patrón era muy explotador y hacía trabajar a sus obreros desde las 8 de la mañana a las 8 de la noche, o viceversa. Total: 12 horas de trabajo continuado. Todos pensaban en cómo luchar contra esa explotación inhumana. Cada uno tenía una propuesta, como la "operación-tortuga", que consiste en trabajar más despacito, especialmente cuando el patrón no está mirando. Nuestro muchacho tuvo una brillante idea: trabajar más rápidamente y llenar la máquina de pescado de manera que con el peso excesivo, la máquina se rompiera y se necesitaran dos o tres horas para repararla. Durante este tiempo los obreros podían descansar tranquilos. Allí estaba el problema, la explotación patronal; y allí *una* solución, inventada por la "viveza criolla". ¿Pero sería esa la mejor solución?

Se armó la escena y se la presentó a todos los participantes. Algunos actores representaban a los obreros, otro al patrón, otro al capataz, otro a un "soplón". La escena se convirtió en una fábrica de harina de pescado: un obrero descargando el pescado, otro pesando las bolsas, otro transportándolas hasta la máquina, otro cuidando la máquina, otros haciendo otras tareas pertinentes. Mientras trabajaban dialogaban, proponían soluciones y discutían esas soluciones hasta que aceptaban la propuesta

1974

del muchacho, rompían la máquina, venía el patrón y los obreros descansaban mientras un ingeniero arreglaba la máquina. Terminado el arreglo, volvían al trabajo.

La escena se presentó por primera vez y se propuso la discusión: ¿estaban todos de acuerdo? No, definitivamente no. Al contrario, todos estaban en desacuerdo. Cada uno tenía una propuesta diferente: armar una huelga, tirar una bomba en la máquina, formar un sindicato, etc.

Entonces se propuso al público una sesión de teatro-foro: la escena iba a ser presentada otra vez exactamente como la primera, pero cada uno tenía ahora derecho a intervenir y cambiar la acción, *ensayando* su propuesta. El primero que intervino fue el de la bomba: se levantó, desplazó al actor que interpretaba al chico y propuso tirar una bomba; por supuesto todos los demás actores lo disuadieron, pues eso significaría la destrucción de la fábrica, por lo tanto, de la fuente de trabajo. ¿Dónde irían a parar tantos obreros si la fábrica se cerraba?

Desconforme, el hombre intentó tirar la bomba él mismo, pero muy pronto se dio cuenta de que no sabía cómo se fabricaba y mucho menos cómo se tiraba. Le pasa a mucha gente que en las discusiones teóricas es capaz de tirar muchas bombas y petardos, pero en la realidad no sabría qué hacer y probablemente explotaría con ella en el bolsillo. Después de probar su solución-bomba, el hombre retornó a su lugar y el actor lo reemplazó hasta que vino una segunda persona para probar su solución, la huelga. Después de mucha discusión con los demás, consiguió convencerlos de parar el trabajo y marcharse, dejando la fábrica vacía. En este caso, el patrón, el capataz y el "soplón", que se había quedado, se fueron a la plaza (la platea) a buscar otros obreros que reemplazaran a los huelguistas: en el Chimbote existe desempleo masivo. Ese espectador participante experimentó su solución, la huelga, y se dio cuenta de su ineficacia: con tanto desempleo los patrones siempre encuentran obreros suficientemente hambrientos y poco politizados como para reemplazar a los huelguistas.

El tercer intento fue la formación de un pequeño sindicato destinado a luchar por las reivindicaciones obreras, a politizar a los obreros ocupados y a los desocupados, a formar cajas mutuales, etc. En esta sesión articular de teatro-foro, ésa fue la solución que pareció mejor, a criterio del público presente. En el teatro-foro no se impone ninguna idea: el público (el pueblo) tiene la oportunidad de experimentar todas sus ideas, de ensayar todas las posibilidades y de verificarlas en la práctica, es decir, en la práctica teatral. Si la platea hubiese llegado a la conclusión de que había que dinamitar todas las fábricas de harina de pescado de todo el Chimbote, esto también sería cierto desde su punto de vista: al teatro no le toca mostrar el camino correcto sino ofrecer los medios para que todos los caminos sean estudiados.

Puede que el teatro no sea revolucionario en sí mismo, pero estas formas teatrales seguramente son un *ensayo de la revolución*. La verdad es que el espectador-actor practica un acto real, aunque lo haga en ficción. Mientras *ensaya* tirar una bomba en el escenario, está *concretamente ensayando* cómo se tira una bomba; mientras intenta organizar una huelga, está *concretamente organizando* una huelga. Dentro de sus términos ficticios, la experiencia es concreta.

Aquí no se produce de ninguna manera el efecto catártico. Estamos acostumbrados a obras en que los personajes hacen la revolución en el escenario y los espectadores se sienten revolucionarios triunfantes en sus butacas, y así purgan sus ímpetus revolucionarios: ¿para qué hacer la revolución en la realidad si ya la hicimos en el teatro? Pero aquí no pasa eso: el ensayo estimula la práctica del acto en la realidad. El teatro-foro y estas otras formas de teatro popular en lugar de quitarle algo al espectador, le suministran el deseo de practicar en la realidad el acto ensayado en el teatro. La práctica de estas formas teatrales crea una especie de insatisfacción que necesita complementarse a través de la acción real.

Cuarta etapa: El teatro como discurso. Jorge Ikishawa decía que el teatro de la burguesía es el espectáculo acabado. La burguesía ya sabe cómo es el mundo, *su* mundo, y puede presentar imágenes de ese mundo completo, terminado. La burguesía presenta el espectáculo. En cambio, el proletariado y las clases explotadas no saben todavía cómo será su mundo; consecuentemente, su teatro será el ensayo, y no el espectáculo acabado. Esto tiene mucho de verdad, aunque sea igualmente verdad que el teatro puede presentar imágenes de "tránsito".

En toda mi actividad en el teatro popular en tantos y tan distintos países de América Latina, he podido observar esa verdad: a los públicos populares les interesa experimentar, ensayar, y les aburren las presentaciones de espectáculos cerrados. En estos casos intentan dialogar con los actores, interrumpir la acción, pedir explicaciones sin esperar "educadamente" a que termine la obra. Al contrario de la educación burguesa, la educación popular permite y estimula al espectador a hacer preguntas, a dialogar, a participar.

Todas estas formas que he expuesto son formas de teatro-ensayo, y no de teatro-espectáculo. Son experiencias que se sabe cómo comienzan pero no cómo terminan, porque el espectador está libre de sus cadenas, finalmente actúa y se convierte en protagonista. Porque responden a necesidades reales del público popular, son siempre practicadas con éxito y con alegría.

Pero nada de eso impide que un público popular pueda, igualmente, practicar formas más "acabadas" de teatro. En Perú se utilizaron igualmente muchas otras formas anteriormente desarrolladas en otros países, especialmente Brasil y Argentina, y que también allí tuvieron gran eficacia.

Algunas de estas formas fueron:

1) **Teatro periodístico**. Fue desarrollado inicialmente por el Grupo Núcleo del Teatro Arena de San Pablo, Brasil, del cual fui director artístico hasta que fui obligado a abandonar Brasil. Consiste en diversas técnicas simples que permiten la transformación de noticias de diarios o de cualquier otro material no dramático en escenas teatrales:

a) lectura simple: la noticia es leída destacándola del contexto del diario, de la diagramación que la vuelve falsa o tendenciosa;
b) lectura cruzada: dos noticias son leídas en forma cruzada, una echando luz sobre la otra, explicándola, dándole una nueva dimensión;
c) lectura complementaria: se agregan a la noticia los datos e informaciones generalmente omitidos por los diarios de las clases dominantes;
d) lectura con ritmo: como comentario musical, se lee la noticia en ritmo de samba, tango, canto gregoriano, etc., de tal forma que el ritmo funciona como *filtro* crítico de la noticia, revelando su verdadero contenido oculto en el diario;
e) acción paralela: los actores miman acciones paralelas mientras se lee la noticia, mostrando en qué contexto el hecho descrito ocurrió verdaderamente; se oye la noticia y se ve algo más que la complementa visualmente;
f) improvisación: se improvisa escénicamente la noticia para explotar todas sus variantes y posibilidades;
g) histórico: se agregan a la noticia datos o escenas mostrando el mismo hecho en otros momentos históricos, en otros países o en otros sistemas sociales;
h) refuerzo: la noticia es leída o cantada o bailada con la ayuda de *slides*, *jingles*, canciones o material de publicidad;
i) concreción de la abstracción: se concreta escénicamente lo que la noticia muchas veces esconde en su información puramente abstracta: se muestra concretamente la tor-

tura, el hambre, el desempleo, etc., usando imágenes gráficas reales o simbólicas;

j) noticia fuera del contexto: una noticia es representada fuera del contexto en que sale publicada: por ejemplo, un actor representa el discurso sobre austeridad pronunciado por el Ministerio de Economía mientras devora una gran cena: la verdad real del ministro queda así desmitificada: quiere la austeridad para el pueblo pero no para sí mismo.

2) **Teatro invisible.** Consiste en la representación de una escena en un ambiente que no sea el teatro y delante de personas que no sean espectadoras. El local puede ser un restaurante, una cola, una calle, un mercado, un tren, etc. Las personas que asisten a la escena son aquellas que se encuentran allí accidentalmente. Durante todo el espectáculo estas personas no deben tener la más mínima conciencia de que se trata de un "espectáculo", pues esto las transformaría en "espectadores".

El teatro invisible necesita la preparación minuciosa de una escena, con texto completo o con simple guión; pero es necesario ensayar suficientemente la escena como para que los actores puedan incorporar en sus actuaciones y en sus acciones las interferencias de los espectadores. Durante los ensayos es necesario incluir también todas las posibles e imaginables intervenciones de los espectadores; estas posibilidades formarán una especie de texto operativo.

El teatro invisible explota en un determinado local de gran influencia. Todas las personas que están cerca quedan involucradas en la explosión, y los efectos de ésta perduran hasta mucho tiempo después de terminada la escena [...].

En Perú se hicieron espectáculos de teatro invisible en distintos locales. Vale la pena narrar brevemente lo sucedido en el Mercado del Carmen, en el barrio de Comas, a unos 14 kilómetros del centro de Lima. Dos actrices protagonizaron una escena delante del vendedor de verduras. Una, que se hacía pasar por analfabeta, insistió en que el vendedor la había estafado, aprovechándose de que ella no sabía leer; la otra revisó las cuentas y las encontró correctas, aconsejándole a la primera entrar en uno de los cursos de alfabetización de Alfabetización Informal (ALFIN). Después de mucha discusión sobre cuál era la mejor edad para empezar a estudiar, sobre qué estudiar, cómo y con quién hacerlo, la primera seguía insistiendo en que estaba demasiado vieja para esas cosas. Fue entonces que una viejita, de ésas que ya andan con el bastoncito, comentó a los gritos, muy indignada:

—¡Mijitas, eso no es verdad! ¡Para aprender y para hacer el amor, no hay edad!

Todos los que presenciaban la escena se pusieron a reír de la violencia amorosa de la vieja dama, y las actrices no encontraron ambiente para seguir con su escena.

3) **Teatro-fotonovela.** En muchos países latinoamericanos existe una verdadera epidemia de fotonovelas que utilizan lo más bajo que se puede imaginar en materia de subliteratura, además de servir siempre como vehículo de la ideología de las clases dominantes. Esta técnica teatral consiste en leer a los participantes, en líneas generales, la historia de una fotonovela sin decirles que esa historia se ha sacado precisamente de allí. Se pide a los participantes que actúen la historia que se cuenta. Al final, se compara la historia actuada con la de la fotonovela y se discuten las diferencias.

Por ejemplo, de Corín Tellado, el más horrible autor de este género embrutecedor, se sacó una historia bastante imbécil que empezaba así:

—Una señora espera a su marido, en compañía de otra señora que la ayuda en los trabajos de la casa.

Los participantes actuaban según sus propias costumbres: una mujer en su casa esperando a su marido estará, naturalmente, preparando la comida; la que la ayuda es una vecina que viene a charlar sobre varios asuntos; el marido regresa cansado a la casa después de un intenso día de trabajo; la casa es una choza de una sola habitación, etc. En Corín Tellado, en cambio, la mujer está vestida con un traje largo de noche, con collares de perlas, etc.; la mujer que la ayuda es una negra empleada que no dice nada, excepto "sí señora; la cena está servida, señora; muy bien, señora; ahí viene el señor, señora" y nada más; la casa es un palacio lleno de mármoles; el marido vuelve después de una jornada de trabajo en *su* fábrica, donde peleó con los obreros porque éstos "no comprendiendo la crisis que vivimos todos, querían aumento de sueldos..."

Esta historia en particular era una porquería, pero, al mismo tiempo, servía como magnífico ejemplo de penetración ideológica. La joven señora recibía una carta de una desconocida, iba a visitarla y ésta resultaba ser la ex amante de su marido; la amante le contaba que el marido la había abandonado porque se quería casar con la hija del dueño de la fábrica, o sea, con la joven señora. Para colmo, la amante exclamaba:

—Sí, él me traicionó, me engañó. Pero yo lo perdono porque, después de todo, él siempre fue muy ambicioso y bien sabía que conmigo no podía subir muy alto. ¡En cambio con usted sí puede!

¡Es decir que la ex amante lo perdonaba porque él tenía en el más alto grado esa ansiedad capitalista de poseer todo! Las ganas de ser propietario de fábricas están presentadas como algo tan noble que a uno hasta se le perdonan algunas traiciones por el camino...

Y la señora esposa no se queda atrás: se hace pasar por enferma para que él tenga que quedarse a su lado y para que, a través de ese ardid, ¡finalmente se enamore de ella! ¡Qué ideología! El más putrefacto *happy end* corona esta historia de amor.

Por supuesto, la historia, contada sin los diálogos y actuada por gente de pueblo, toma un sentido totalmente diferente. Cuando, al final de la actuación, los participantes son informados del origen de la historia que acaban de interpretar sufren un *shock*. Y eso hay que entenderlo: si se ponen a leer Corín Tellado, inmediatamente asumen el papel pasivo de "espectadores", pero si antes que nada ellos mismos tienen que actuar una historia, después, al leer la versión de Corín Tellado, ya no adoptarán más una actitud pasiva, expectante, sino una actitud crítica, comparativa, mirarán la casa de la señora comparándola con la suya, las actitudes del marido con las del suyo, etc. Y estarán ya preparados a detectar el veneno que se infiltra a través de esas historias con fotos, o a través de las historietas cómicas y otras formas de dominación cultural e ideológica.

Yo tuve una gran alegría cuando, meses después de la experiencia con los alfabetizadores, de regreso en Lima, fui informado de que en varias barriadas, los pobladores estaban utilizando esa misma técnica para analizar las series de televisión, fuente inagotable de veneno contra el pueblo.

4) **Quiebra de la represión.** Las clases dominantes aplastan a las clases dominadas a través de la represión; los viejos a los jóvenes a través de la represión; ciertas razas a otras, a través de la represión. Nunca a través del entendimiento cordial, de un intercambio de ideas honesto, de la crítica

y la autocrítica. No. Las clases dominantes, los viejos, las razas "superiores" o el sexo masculino, poseen sus cuadros de valores y los imponen por la fuerza, por la violencia indiscutible, a las clases dominadas, a los jóvenes, a las razas que ellos consideran inferiores, a las mujeres.

El capitalista no le pregunta al obrero si está conforme con que el capital sea de uno y el trabajo del otro: simplemente pone un policía armado en la puerta de la fábrica y ya está: queda decretada la propiedad privada.

La clase, raza, sexo o edad dominados sufren la más constante, diaria y omnipresente represión. La ideología se vuelve concreta en la persona del dominado. El proletariado es explotado a través de la dominación que se ejerce sobre todos los proletarios. La sociología se vuelve psicología. No existe la opresión del sexo masculino en general contra el femenino en general: existe la opresión concreta de hombres (individuos) en contra de mujeres (individuos).

La técnica de la quiebra de la represión consiste en pedir a un participante que recuerde algún momento en que se sintió particularmente reprimido y aceptó esa represión, pasando a actuar de una manera contraria a sus deseos. Ese momento tiene que tener un profundo significado personal: yo proletario estoy oprimido; nosotros proletarios estamos oprimidos; por lo tanto, el proletariado está oprimido. Se debe partir de lo particular hacia lo general y no viceversa, y elegir algo que le pasó a uno en particular, pero que es, al mismo tiempo, típico de lo que sucede a todos los demás.

La persona que cuenta la historia elige, igualmente, entre los demás participantes todos los otros personajes que intervendrán en la reconstrucción de la escena. Enseguida, después de recibir las informaciones dadas por el protagonista, y obedientes a esas directivas, los participantes y el protagonista actúan la escena tal como ocurrió en la realidad, recreando la misma escena, las mismas circunstancias y las mismas emociones originales.

Una vez terminada la "reproducción" de los hechos acaecidos, se le pide al protagonista que repita la escena, pero esta vez sin aceptar la represión, luchando por imponer su voluntad, sus ideas, sus deseos. Los demás participantes son instados a mantener la represión igual que la primera vez. El choque que se produce ayuda a medir la posibilidad que uno tiene muchas veces de resistir y no resiste; ayuda a medir la verdadera fuerza del enemigo. Igualmente, permite al protagonista tener la oportunidad de intentar otra vez y realizar, en la ficción, lo que no pudo hacer en la realidad pasada. Pero ya vimos que esto no es catártico: el hecho de haber ensayado una resistencia a la opresión lo preparará para resistir efectivamente en la realidad futura, cuando la misma vuelva a presentarse.

Por otro lado, hay que cuidar siempre que se comprenda el carácter genérico del caso particular estudiado. En este tipo de experiencia teatral es necesario partir de lo particular pero es indispensable alcanzar lo general. Hay que realizar, durante la escena misma o después, durante el debate, un proceso de asociación desde el *fenómeno* hacia la *ley*: desde los fenómenos que son presentados en la trama, hacia las leyes sociales que rigen esos fenómenos. Los espectadores participantes deben salir de la experiencia enriquecidos con el conocimiento de esas leyes, obtenido a través del análisis de los fenómenos.

5) **Teatro-mito.** Se trata simplemente de descubrir lo obvio detrás del mito: contar una historia lógicamente, revelando las verdades evidentes.

En una localidad llamada Motupe existía un cerro, casi una montaña, con un estrecho camino por entre los árboles que subía a la cima; a la mitad del camino había una cruz. Hasta allí, se podía subir, más allá era peligroso; era temerario y los pocos que lo habían intentado no habían vuelto jamás. Se decía que unos fantasmas sanguinarios habitaban en la cima de la montaña. Pero se cuenta también la historia de un joven valiente que subió armado, hasta la cumbre, y allí encontró a los "fantasmas": eran, en realidad, unos yanquis propietarios de una mina de oro situada precisamente en la cima de esa montaña.

Se cuenta también la leyenda de la laguna de Cheken: se dice que allí no había agua y que todos los campesinos se morían de sed y tenían que viajar kilómetros para conseguir un poco de ella. Hoy existe una laguna, que fue propiedad de un terrateniente lugareño. ¿Cómo surgió esa laguna, y cómo se convirtió en propiedad de un solo hombre? La leyenda lo explica. Cuando todavía no existía agua, un día de intenso calor todo el pueblo lloraba y pedía al cielo que le enviara al menos un mísero riachuelo. Pero el cielo no se apiadó de ese árido pueblo. En cambio, a medianoche de ese mismo día, surgió un señor vestido con un largo poncho negro, montado en negro caballo y se dirigió al terrateniente, que por entonces era todavía un pobre campesino como los demás.

—¡Yo les daré una laguna, pero tú me tienes que dar lo más precioso que poseas!

El pobre hombre, muy afligido, gimió:

—¡Yo nada tengo, soy muy miserable! Aquí sufrimos mucho por la falta de agua, vivimos todos en miserables chozas, padecemos el hambre más terrible. De precioso no tenemos nada, ni nuestras vidas. Y yo particularmente, de precioso tengo mis tres hijas, y nada más.

—¡Y de las tres, la más bella es la mayor! ¡Yo te daré una laguna, llena del agua más fresca de todo el Perú, pero en cambio tú me darás tu hija mayor para que yo me case con ella!

El futuro latifundista pensó mucho, lloró mucho y le preguntó a su miedosa hija mayor si aceptaba tan insólita propuesta de casamiento. La hija obediente así se expresó:

—Si es para la salvación de todos, para que termine la sed y el hambre de todos los campesinos, si es para que tengas la laguna con el agua más fresca de todo el Perú, si es para que esa laguna te pertenezca a ti solo y para que haga tu prosperidad personal y tu riqueza, pues podrás vender esta agua tan maravillosa a los campesinos, a quienes les resultará más barato comprártela a ti que viajar tantos kilómetros; si es para todo eso, dile al señor de negro poncho montado en su caballo negro, que me voy con él, aunque en mi corazón desconfío de su verdadera identidad y de los lugares adonde me lleva…

Feliz y contento, y por supuesto con algunas lagrimitas, el bondadoso padre le fue a contar todo al hombre de negro, mientras le pedía a su hija mayor, que antes de irse, escribiera algunos cartelitos con el precio del litro de agua, para adelantar el trabajo. El señor de negro desnudó a la niña, pues nada quería llevar de esa casa más que a la niña misma y la montó en su caballo, que partió al galope hacia un hueco profundo en las llanuras. En ese momento se oyó una enorme explosión, y se vio mucho humo en el lugar mismo por donde habían desaparecido el caballo, el caballero y la desnuda niña. Entonces de un enorme agujero que se produjo en el suelo, empezó a brotar una fuente que formó la laguna de agua más fresca de todo el Perú…

Ese mito esconde por cierto una verdad: el latifundista se adueñó de lo que no le pertenecía. Si antes los nobles atribuían a Dios el

otorgamiento de sus propiedades y derechos, hoy todavía se usan explicaciones no menos mágicas. En ese caso, la propiedad de la laguna era explicada por la pérdida de la hija mayor, lo más precioso que poseía el latifundista: ¡hubo una transacción! Y para que todos se acordaran de eso, la leyenda decía que en noches de luna nueva podían oír los cánticos de la niña en el fondo de la laguna, llorando por su padre y sus hermanas, todavía desnuda, y peinando sus largos cabellos con un hermoso peine de oro... Sí, la verdad es que para el latifundista la laguna era de oro...

Los mitos que cuenta el pueblo deben ser estudiados y analizados y sus verdades expuestas. Y el teatro puede ser una extraordinaria ayuda en esta tarea.

6) **Teatro-juicio.** Una historia es contada por algún participante y en seguida los actores la improvisan. Después se *descompone* cada personaje en todos sus papeles sociales y se pide a los participantes que elijan un objeto físico, escenográfico, para simbolizar cada papel. Por ejemplo: un policía mató a un ladrón de gallinas. Se descompone al policía:

a) es obrero porque alquila su fuerza de trabajo; símbolo: un mameluco;
b) es burgués porque defiende la propiedad privada y la estima más que a la vida humana; símbolo: una corbata o una galera, etc.;
c) es represor, porque es policía; símbolo: el revólver:

Y así sucesivamente hasta que los participantes hayan analizado todos sus papeles: padre de familia (símbolo: la billetera, por ejemplo), compañero de la sociedad de fomento, etc. Es importante que los símbolos sean elegidos por los participantes presentes y que no vengan desde "arriba". Para determinada comunidad, la billetera puede ser símbolo de padre de familia, por ser la persona que controla las finanzas de la casa, y que, a través de eso, controla la familia. Para otra comunidad, puede ser que este símbolo no comunique nada, es decir que no sea símbolo; puede elegirse entonces un sillón...

Después de descompuesto el personaje, o los personajes (es conveniente que esta operación se haga tan sólo con los personajes centrales, para simplificar y dar claridad), se intenta contar otra vez la misma historia, pero sacándole algunos símbolos a cada personaje, y consecuentemente algunos papeles sociales.

¿La historia sería la misma...

a) si el policía no tuviese la galera o la corbata?
b) si el ladrón tuviese una galera o una corbata?
c) si el ladrón tuviese un revólver?
d) si el policía y el ladrón tuviesen el símbolo de una sociedad de fomento?

Se les pide a los participantes que hagan combinaciones y todas las combinaciones propuestas deben ser ensayadas por los actores y criticadas por todos los presentes. Así se darán cuenta de que las acciones humanas no son fruto exclusivo ni primordial de la psicología individual: casi siempre, a través del individuo, habla su clase.

7) **Rituales y máscaras.** Las relaciones de producción (infraestructura) determinan la cultura de una sociedad (superestructura).

A veces cambia la infraestructura, pero la superestructura permanece, por un tiempo, igual. En Brasil los latifundistas no permitían que los campesinos los miraran en la cara mientras hablaban con ellos: eso significaba falta de respeto. Los campesinos se habían acostumbrado culturalmente a hablar con los señores de la tierra mientras miraban el suelo y murmuraban "sí señor, sí señor, sí señor". Cuando el gobierno decretó una reforma agraria (antes de 1964, fecha del golpe fascista) los emisarios del gobierno iban al campo a comunicar a los campesinos que ahora se podían convertir en propietarios de sus tierras. Los campesinos, mirando al suelo, murmuraban "sí compañero, sí compañero, sí compañero". La cultura feudal estaba totalmente impregnada en sus vidas. Las relaciones del campesino con el terrateniente y con el compañero del Instituto de Reforma Agraria eran completamente diferentes, pero el ritual seguía igual.

Esta técnica particular de teatro popular ("Rituales y máscaras") consiste precisamente en revelar las superestructuras, los rituales que cosifican todas las relaciones humanas y las máscaras de comportamiento social que esos rituales imponen sobre cada persona según los papeles que ella cumple en la sociedad y los rituales que debe desempeñar.

Un ejemplo muy simple: un hombre va a confesar sus pecados a un cura. ¿Cómo lo hará? Por supuesto, se arrodilla, confiesa sus pecados, oye la penitencia, hace la señal de la cruz, y se va. ¿Pero todos los hombres se confesarán siempre de la misma manera delante de todos los curas? ¿Quién es el hombre y quién es el cura?

En este caso hacen falta dos actores versátiles para representar cuatro veces la misma escena de confesión:

Primera escena: el cura y el fiel son terratenientes;
Segunda escena: el cura es terrateniente y el fiel es campesino;
Tercera escena: el cura es campesino y el fiel es terrateniente;
Cuarta escena: el cura y el fiel son campesinos.

En este caso, el ritual es siempre el mismo, pero las máscaras sociales distintas harán que las cuatro escenas sean igualmente distintas.

Esta técnica es extraordinariamente rica y posee innumerables variantes: el mismo ritual cambiando de máscaras; el mismo ritual hecho por personas de una clase social y después de otra; intercambio de máscaras dentro del mismo ritual, etc.

Conclusión: "espectador", ¡qué mala palabra!

Sí, ésta es, sin duda, la conclusión: "espectador", ¡qué mala palabra! El espectador es menos que un hombre y hay que humanizarlo y restituirle su capacidad de acción en toda su plenitud. Él debe ser también un sujeto, un actor, en igualdad de condiciones con los actores, que deben ser también espectadores. Todas estas experiencias de teatro popular persiguen un mismo objetivo: la liberación del espectador, sobre quien el teatro ha impuesto visiones acabadas del mundo.

Puede ser que el teatro no sea revolucionario en sí mismo, pero no tengan duda: ¡es un ensayo de la revolución!

Notas

1 La expresión "villeros" refiere, en Argentina, a los habitantes de las "villas miserias", que en otros países se llaman "ciudades perdidas" (México), "favelas" (Brasil), "pueblos nuevos" (Perú). (N. del E.).

Boal, Augusto (1974). *Teatro del Oprimido – Teoría y práctica*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor. Reproducción autorizada.

Estrategias de comunicación para el desarrollo rural

Extracto de *Communication Strategies for Rural Development*

Gloria D. Feliciano

Se han llevado a cabo gran cantidad de estudios respecto del proceso y los efectos de la comunicación, en su mayoría en relación al desarrollo agrícola. Realizados principalmente en Corea, la India y las Filipinas, dichos estudios se centran en la diseminación de nuevas prácticas agrícolas y otras relacionadas con el desarrollo comunitario rural.[1]

El desuso de prácticas agrícolas tradicionales anticuadas en estos países de la subregión puede atribuirse, en parte, a la difusión de nuevos métodos agrícolas a través de diversos tipos de canales de comunicación rural. Ése es uno de los principales hallazgos de gran parte de la investigación hecha durante las últimas dos décadas en las aldeas de la zona respecto del proceso de comunicación. La investigación ha abordado principalmente las fuentes o los comunicadores de la nueva tecnología agrícola, así como los receptores de este tipo de información agrícola.

La mayor parte de estos estudios se ha llevado a cabo a nivel macro, usando datos obtenidos de sondeos, en los que los encuestados por lo general eran los agricultores y los mayores (o ancianos) de la aldea. Algunos ejemplos son: la innovación agrícola en aldeas de la India, el flujo de agroinformación a nivel de aldeas, la variable humana en la adopción de prácticas agrícolas en aldeas filipinas, y el conocimiento y práctica de los nuevos métodos agrícolas. Los estudios realizados a nivel micro se han referido a un análisis de "casos"; por ejemplo, innovaciones agroculturales particulares, tal como variedades de arroz y maíz de alto rendimiento, fertilizantes, pesticidas y otras innovaciones, con un número de una a menos de cinco aldeas por estudio. Los estudios experimentales se han centrado en la eficacia comparativa de los diversos medios de comunicación y los métodos o estrategias para el cambio[2] y han sido emprendidos por investigadores individuales o grupos de investigadores en instituciones especializadas en comunicación, principalmente pertenecientes a universidades privadas. Dichos investigadores, por lo general, han adquirido su formación y experiencia en centros de estudios norteamericanos, que cuentan con programas bien establecidos de investigación de la difusión.

El personal de campo

Las investigaciones han identificado que los trabajadores de campo (o de extensión, en algunos países) son los personajes principales en el escenario del cambio en las aldeas de la subregión cubiertas por los programas de extensión. La gran mayoría de este personal de campo proviene del ministerio o departamento de agricultura y sus organismos subsidiarios. El resto, de instituciones privadas nacionales o de organizaciones voluntarias afiliadas a movimientos internacionales de desarrollo comunitario o de reconstrucción rural, tales como el Movimiento de Reconstrucción Rural de Tailandia o el Movimiento de Reconstrucción Rural de las Filipinas. En algunos países, tienen títulos universitarios, mientras que en otros son graduados de la escuela secundaria con formación vocacional en agricultura.

La respuesta positiva de los pobladores rurales a las innovaciones agrícolas se ha debido en gran medida a estos trabajadores de campo. El éxito que han tenido en convencer a los agricultores de adoptar nuevas prácticas agrícolas obedece a su conocimiento de la nueva tecnología agrícola, sus habilidades de comunicación verbal, su competencia en la demostración de la eficacia de las innovaciones, su posición social en la comunidad campesina y, en general, sus "relaciones interpersonales afables" con los pobladores de las aldeas.[3]

Red de comunicación rural

El personal de extensión, no obstante, es sólo uno de los diversos integrantes clave de la red de comunicación rural en Asia y desempeña un papel importante en la difusión y adopción de las innovaciones agrícolas. Los demás son los mayores de las aldeas, el agricultor y su esposa, los vecinos, los parientes y amigos, los líderes religiosos, los líderes de la comunidad (a menudo integrantes del consejo de la aldea), grupos formales e informales y diversos tipos de medios tradicionales o populares.

Los mayores de la aldea son los ancianos venerables —altamente respetados por los pobladores de la aldea por su edad, sabiduría y experiencia—, que tienen muchos adeptos en la comunidad. Con frecuencia respaldan la innovación y, en algunos países de la subregión, también cumplen la función de líderes de opinión o personas de "influencia". En otros países, estos líderes rurales pueden incluir a los integrantes elegidos del consejo de la aldea, los terratenientes (donde no se ha implementado una reforma agraria), líderes religiosos y los profesionales. En algunos estudios se ha identificado a este grupo como los legitimadores de las innovaciones agrícolas, especialmente cuando la eficacia de la nueva tecnología ha sido ampliamente demostrada. En varios casos, han ejercido una presión social sobre los campesinos, lo cual facilita la adopción de la innovación.[4]

El agricultor ha desempeñado un doble papel en el cambio en las aldeas. No sólo recibe la información agrícola, sino que también actúa como fuente y como canal, ya que si la considera importante y útil, transmite a otros la información que adquiere. Estudios en Japón, la India, Pakistán, Corea, Taiwán y las Filipinas han identificado al agricultor como buscador de información y transmisor de información agrícola y conexa. Sin embargo, esta situación es característica más bien de las aldeas abiertas a la modernización.

En las aldeas aisladas y apegadas a la tradición, los campesinos que adquieren información tecnológica nueva de las fuentes iniciales, tal como el personal de extensión, tienden a retenerla en lugar de pasarla a los demás. Este comportamiento se debe a uno o más de los siguientes motivos: (1) el campesino no quiere correr riesgos; no puede exponerse a sufrir vergüenza o al ridículo si la nueva práctica fracasa; (2) es escéptico; duda de la eficacia de la práctica hasta que la haya probado y comprobado su eficacia; (3) no está motivado adecuadamente por los méritos de la innovación, de modo que no puede reconocer su importancia hasta que la haya probado, rinda buenos resultados y vea la reacción favorable de los demás campesinos; y, (4) atribuye a su buena fortuna haber obtenido la información y piensa que los demás campesinos ya tendrán su oportunidad tarde o temprano.

Por otro lado, en algunos países del Sudeste Asiático, la esposa del campesino ha actuado como iniciadora de innovaciones en el hogar: nuevas formas de preparar la comida (si no hay escasez) y de conservar los alimentos, labores de aguja y manualidades, nueva distribución de la cocina, artefactos domésticos, jardinería, planificación del hogar y retretes privados. En algunos países, brinda apoyo social a las innovaciones agrícolas, lo cual facilita su legitimación. El ama de casa rural también comparte con su esposo la toma de decisiones en cuanto a la adopción de tecnología agrícola moderna.[5]

Los estudios en aldeas de Tailandia, Malasia, Corea y las Filipinas han revelado el carácter exogámico

de los matrimonios, ya que se observa que, a menudo, vecinos y amigos también son parientes. Esto se da especialmente en las aldeas relativamente menos expuestas a las influencias urbanísticas. Los parientes a veces asumen obligaciones que no son mutuas pero comparten beneficios mutuos. En este proceso, la diseminación de nueva tecnología, especialmente en lo que concierne a su forma de ganarse la vida —por lo general con la agricultura— se ve facilitada por estas relaciones funcionales y lazos filiales.

En los países donde las aldeas son gobernadas por grupos, generalmente llamados consejos, compuestos por funcionarios elegidos, la nueva tecnología agrícola a menudo se canaliza a través de estos grupos institucionalizados. Debido a sus ventajas en cuanto a mayor y anterior exposición a las prácticas modernas y, a veces, debido a su posición socioeconómica más alta, los miembros del consejo son, con frecuencia, los primeros en adoptar las innovaciones agrícolas y conexas. También legitiman estas innovaciones promoviendo discusiones de grupo, alentando una mayor interacción y realizando demostraciones prácticas para probar la eficacia y adaptabilidad de la innovación a la situación de la aldea.

Las agrupaciones formales que ayudan a difundir nuevas prácticas agrícolas incluyen, tal como se ha mencionado anteriormente, a los consejos de la aldea, las asociaciones de padres y maestros, las organizaciones cooperativas y de crédito de los agricultores, sus asociaciones de comercialización, los clubes de amas de casa y de jóvenes. En países como la India y las Filipinas hay agrupaciones rurales de medios, así como radioforos y teleclubes.

También hay grupos pequeños informales, como las asociaciones de vecinos, que se reúnen sin regularidad. Por lo general, se prefiere a estos grupos más que a los grupos formales, que no permiten un flujo libre de la información debido al "protocolo" y a la estratificación entre los dirigentes y sus seguidores. Los espacios para estas reuniones informales son la casa del jefe, la tienda de la aldea, el lugar de culto, si lo hay, las riberas frescas de los ríos o los bordes de la carretera sombreados por los árboles.

Los medios masivos

Los estudios disponibles sobre la comunicación agrícola establecen que los canales personales a nivel de aldea, que acabamos de mencionar, son más efectivos que los medios masivos para la adopción de innovaciones agrícolas. No obstante, los bajos niveles económicos y de alfabetización han limitado demasiado su alcance en las aldeas asiáticas como para dejar el apoyo de la comunicación al desarrollo agrícola enteramente en sus manos.

A excepción de la radio, los medios masivos y sus complementos —periódicos, televisión, cine, revistas, folletos, panfletos, afiches, historietas, etc.— no se han filtrado de modo apreciable a las aldeas rurales. Esto se debe a la inaccesibilidad de muchas de ellas por falta de medios de transporte adecuados y también por procedimientos y prácticas de distribución deficientes. [...].

Para los fines del desarrollo rural, los hallazgos de los estudios de audiencias rurales merecen ser examinados a fondo por los estrategas del desarrollo. Los estudios disponibles en este campo se han centrado en las audiencias objetivo como grupos clasificados por sus atributos socioeconómicos, actitudes, orientaciones de valores, motivaciones y aspiraciones, preferencias de los medios, reacciones a sus mensajes, así como en los efectos que han tenido en ellas en términos de los cambios en los niveles de conciencia y conocimiento y, en cierta medida, de las actitudes y el comportamiento frente a las innovaciones agrícolas seleccionadas.

En cuanto a estas variables, los hallazgos muestran una varianza no sólo entre los países de la subregión, sino también dentro de los países mismos. Además, en el caso de varios de los países menos desarrollados, los estudios de audiencias se emprendieron como parte de sondeos de referencia para proyectos de desarrollo —de reforma agraria y conexos—, encuestas cooperativas, encuestas estadísticas de los hogares, estudios de publicidad y comercialización, y sondeos preelectorales. Los no incluidos en esta clasificación fueron sobre todo los estudios exploratorios de cobertura geográfica muy limitada, los sondeos pequeños y los métodos de investigación no rigurosos. Todos estos factores militan en contra de su uso en las políticas y planes de desarrollo rural a una escala grande y significativa.[6] [...].

Se necesitan estudios en profundidad del proceso de adopción de nuevos enfoques en materia de agricultura, nutrición y planificación familiar en el contexto asiático. Estos estudios deben tomar en cuenta los factores que inciden en el proceso —sea como promotores o como disuasivos—, particularmente los elementos de comunicación y los elementos sociosicológicos y socioculturales conexos.

También es necesario estudiar el sinnúmero de problemas operacionales o logísticos cotidianos del administrador de la planificación agrícola, nutricional o familiar que tienen alguna incidencia en el proceso comunicacional. Por ejemplo, ¿de qué tipo de materiales de comunicación y para qué grupos se debe disponer en la clínica de planificación familiar, área de demostración agrícola u oficina de extensión agrícola? ¿Qué tipo de programas de incentivos se deben considerar para los motivadores de campo? ¿Qué estrategias de motivación funcionan en determinadas situaciones? ¿Qué tipo de formularios de informe proporcionan una medición válida de los beneficios de un programa? ¿Qué otro mecanismo de retroalimentación mide adecuadamente la eficacia de un programa?

Notas

1 Feliciano, Gloria D.(1973). *An Overview of Communication Research in Asia: Status, Problems and Needs.* Honolulu, Hawai, East-West Communication Institute, East-West Center, junio.

2 *Asian Mass Communication Institutions – Teaching, Training and Research – A Directory.* Asian Mass Singapur, Communication Research and Information Centre, 1973.

3 Feliciano, Gloria D. (1969). *The Farm and Home Development Project: An Evaluation, Community Development Research Council.* Diliman, Quezon City, Universidad de Filipinas.

4 Íd.

5 Íd.

6 Feliciano, Gloria D. *An overview...* Ob. cit.

Feliciano, Gloria D. (1974). Extracto de la ponencia presentada en el simposio internacional Cornell-CIAT, Cali, Colombia, 17-22 de marzo. En Crawford, Robert H. y Ward, William B. (eds.): *Communication Strategies for Rural Development.* Ithaca, N. Y., Cornell University.

Los medios masivos y los países en desarrollo:

Una perspectiva mundial del estado actual de los medios de comunicación de masas y su investigación

Kaarle Nordenstreng

¿Cómo debemos caracterizar el escenario mundial actual de los medios de comunicación de masas, particularmente desde el punto de vista de los llamados países en desarrollo?

En lo que concierne al proceso de la comunicación de masas, desde una perspectiva mundial destacan por lo menos cuatro características.

En primer lugar está el bien conocido *desequilibrio de recursos* entre los países industrializados grandes y los países pobres, que abarca no sólo al Tercer Mundo sino también a algunos países industrializados más pequeños. Los recursos materiales e intelectuales para la producción y distribución de todo tipo de información se han concentrado en los mismos lugares que gran parte del poder económico, militar y político en el mundo. La distribución mundial de los recursos de comunicación es notablemente desproporcionada en relación con la distribución de la población y las necesidades de información de las personas. Entre la gran cantidad de datos concretos que apuntan a esta situación, un ejemplo es bastante ilustrativo: el uso mundial promedio de papel por año para fines de comunicación es de 15 kilogramos por persona (casi la mitad de esto en papel para periódico); sin embargo, mientras un norteamericano consume hasta 60 kilos, el africano promedio sólo usa 1,5 kilos (UNESCO 1973).

La segunda característica central del escenario mundial de las comunicaciones está ligada a ese desequilibrio: el *desequilibrio en el flujo* entre los países, y particularmente entre algunos cuantos poderes occidentales dominantes y la mayor parte de los países del Tercer Mundo. Cuantitativamente, se calcula que el flujo total de comunicaciones entre las zonas industrializadas del mundo (habitadas por una tercera parte de la humanidad) y el Tercer Mundo (alrededor de dos tercios) circula desde las industrializadas hacia las segundas por lo menos cien veces más que *viceversa*. La programación televisiva es típica de este principio de la "calle de un solo sentido": los flujos de tráfico pesado van en una sola dirección (Nordenstreng y Varis 1974).

Más aún, nótese que la llegada de las tecnologías de la comunicación a los países en desarrollo no ha resultado generalmente en flujos de información más balanceados entre estos y los países industrializados. Por ejemplo, hasta el momento los satélites sólo han confirmado los patrones tradicionales de flujo, y sus perspectivas a futuro no solamente ofrecen promesas educativas y sociales, como se ejemplifica con el proyecto *Rocky Mountain* estadounidense de satélites de radiodifusión directa y los experimentos de la India sino también, sorprendentemente, como se vio reflejado en la publicación *Advertising Age* (20 de mayo de 1974) bajo el título: «La televisión por satélite directa estimulará la publicidad en el Tercer Mundo: El significado real de la radiodifusión televisiva por satélite para un país en desarrollo es que permite a los medios concentrar un mercado a partir de comunidades y hogares dispersos, con un poder adquisitivo suficiente para ser interesante, lo que ninguna red de antenas terrestres podría alcanzar».

Los aspectos cualitativos de los mensajes transmitidos al público por los medios masivos en los países en desarrollo también están relacionados con el desequilibrio cuantitativo. La tercera característica del escenario mundial actual en este campo se podría llamar la *irrelevancia de los contenidos* frente a los problemas sociales y culturales de estos países. Luis Ramiro Beltrán ha denominado «contenidos de los medios masivos desligados del desarrollo» a esta característica y, para el caso de América Latina, ofrece gran cantidad de estudios que demuestran la naturaleza dudosa de los contenidos de los medios. Por ejemplo: «Los estudios que versan sobre los medios masivos en relación con el desarrollo rural han encontrado que incluso los mensajes que se dirigen específicamente a los agricultores están pensados exclusivamente, por su contenido y forma, para una minoría urbana y terrateniente». John Lent concluye que: «[...] mientras que en las sociedades coloniales los medios fueron usados por las elites colonialistas para mantenerse al tanto de los sucesos en la madre patria y de los demás colonialistas, en el periodo posindependencia los medios fueron usados por las elites nativas y grupos profesionales para comunicarse con otras elites y grupos profesionales». Por otro lado, Beltrán también señala que la publicidad y otros materiales populares dirigidos a las masas son esenciales en el proceso de «[...] inculcar valores en la población que son ajenos a las culturas nacionales, estimular un comportamiento irracional de consumo e inducir a una evasión de la realidad y un conformismo acrítico frente al statu quo».

Dicha situación es claramente favorable a ciertos intereses dentro o fuera de la sociedad, por lo que podría resultar confuso llamar "irrelevancia" a esta característica, dado que todo producto comunicativo es útil para alguna fuerza social. Desde el punto de vista del proceso de desarrollo mismo, los contenidos de los medios son problemáticos, o incluso devastadores a nivel mundial. Algunos de nosotros podríamos preferir no hacer una evaluación tan tosca del papel de los medios. Algunos incluso prefieren la abstención académica de cualquier consideración de los contenidos dado que consideran que se pone en peligro la "libertad de prensa". Sin embargo, es imposible mantenerse al margen dado que el contenido es el núcleo de la comunicación. Cuando un estudioso de la comunicación se abstiene de realizar una evaluación crítica de los contenidos mediáticos, tachándolos de "moralizadores", por ejemplo, ya está adoptando una postura sobre el tema: se pone del lado del statu quo, contra el cambio y a favor de las estructuras de poder político y económico que han creado la situación actual.

La cuarta característica distintiva del actual escenario mundial de los medios de comunicación de masas es la diferencia fundamental que el *sistema social* de un país hace respecto del funcionamiento de los medios masivos. Hoy en día, el mundo está dividido no sólo en países industrializados y en desarrollo, sino también en sociedades capitalistas y socialistas. Asimismo, los países en desarrollo se pueden clasificar en dos grandes categorías: los de línea capitalista de desarrollo y los no capitalistas o socialistas. Las tres características anteriores se aplican principalmente a la parte capitalista del Tercer Mundo. De hecho, la mayoría de los estudios sobre la comunicación (por lo menos en los países occidentales) tienden a limitarse a los países capitalistas.

Aproximadamente una tercera parte de la población mundial actual vive en una sociedad socialista y la cantidad e importancia política de los países en desarrollo que han optado por el camino no capitalista está creciendo. Los investigadores, por lo menos de los países capitalistas, sabemos muy poco sobre las condiciones mediáticas en los países socialistas, pero aun así se pueden hacer dos observaciones sobre los países en desarrollo no capitalistas. En primer lugar, que los problemas relativos a las tres características mundiales anteriores, especialmente el de la pertinencia de los contenidos de los medios para el desarrollo, son bastante menores y más manejables en los sistemas

socialistas dado que muchos de estos problemas son simplemente consecuencia de la misma economía capitalista de mercado. En segundo lugar, el desarrollo socialista desde una base feudal o colonial-capitalista no puede darse sin problemas relacionados con los medios masivos. Aun cuando la planificación anárquica y la gestión orientada a las ganancias de los sistemas mediáticos capitalistas ha sido reemplazada por una planificación racional y sistemas mediáticos determinados socialmente, un funcionamiento satisfactorio de los medios masivos dentro del esquema no capitalista de desarrollo sí supone graves dilemas, aunque evidentemente menos fundamentales que los que se presentan bajo las condiciones del capitalismo. Los textos de Anwar Al-Ghassani y Lotfi Nassif esclarecen estos problemas usando el ejemplo de los países árabes no capitalistas. Por ejemplo, Al-Ghassani sostiene que, pese al cambio en el sistema socioeconómico, la actitud fundamental hacia los medios se mantiene: «Incluso se podría decir que la eliminación de la propiedad privada de los medios ha ayudado a los partidos y al Estado (particularmente a este último) a ejercer un control administrativo directo sobre los medios, en vez de fomentar un desarrollo libre de los medios e introducir un cambio radical en el carácter y función de una institución tan importante como ésta [...] Esta forma de manejar los medios va contra el principio mismo de la revolución democrática nacional que las fuerzas dirigentes promueven».

En general, visto desde una perspectiva mundial, especialmente desde la de los países en desarrollo, *ineptitud* podría ser el término general indicado para describir a las instituciones actuales de medios masivos y su funcionamiento. Se debe señalar que esta evaluación general de los medios masivos no se basa en opiniones subjetivas sin fundamento, sino en una evaluación integral de las condiciones objetivas. Otro tema es que muchos críticos de los medios actuales que no parten de un análisis científico, sino de puntos de vista políticos, religiosos o "moralizadores" están igualmente convencidos de su ineptitud actual y a veces llegan a plantear argumentos similares a los expuestos.

Esta preocupación menos científica y más moralizadora sobre el funcionamiento de los medios de comunicación de masas de hoy no debe ser descartada como otra ola de propaganda política o moral sin fundamento. Más bien, es un indicador de otra característica central del escenario mundial actual: una creciente conciencia de problemas objetivos, tales como los mencionados. Los investigadores de la comunicación y profesionales de los medios no somos los únicos en preocuparnos por las políticas actuales y futuras respecto de los medios. Hay un número creciente de políticos serios y un círculo de opinión pública bien informada cada vez mayor que básicamente comparten nuestro punto de vista analítico. Son manifestaciones de esto el hecho de que la elaboración de las políticas nacionales de comunicación se haga de manera más definida y pública, y la creciente atención que reciben las políticas internacionales de comunicación en el marco de las Naciones Unidas y la UNESCO: por ejemplo, en sus debates y decisiones sobre los satélites de radiodifusión directa.

Una muestra concreta de esta creciente conciencia es que en su plan de mediano plazo para 1977-1982, a ser aprobado en su próxima XVIII Conferencia General, la UNESCO sugiere que el concepto tradicional del libre flujo de información «debe ser complementado por el de un flujo más equilibrado y objetivo entre los países y dentro y entre las regiones». Más aún, recientemente hemos visto una reevaluación crítica del concepto del libre flujo hasta por políticos de alto nivel tales como el Jefe de Estado de un país no alineado:

«Así como en Finlandia hay una situación en la prensa que se describe como hegemonía burguesa, en el ámbito internacional se da un estado de cosas que se llama imperialismo de la comunicación [...] ¿Será que a los profetas de la libre comunicación no les interesa la igualdad entre naciones, sino que están del lado de los más fuertes y ricos? [...] Cada vez más se ve que una libertad de comunicación meramente liberalista no es un ideal neutral en la realidad cotidiana, sino la forma en que una organización con muchos recursos a su disposición tiene más oportunidades que sus hermanos más débiles de hacer que su hegemonía sea aceptada» (Kekkonen 1974).

Aparte de la creciente conciencia política y pública sobre los problemas objetivos relacionados con la comunicación masiva, otra característica de las evaluaciones de la situación que merece ser mencionada es una clara *profundización del análisis*. Esta tendencia es evidente en el enfoque holístico, o «enfoque de sistema total», como lo denomina Herbert Schiller (1974), que empieza a primar sobre el enfoque atomista de estudios fragmentados, tal como fue recomendado por la UNESCO en sus Propuestas para un Programa Internacional de Estudios de Comunicación. Conjuntamente con la profundización del análisis bajo una perspectiva tan amplia es que se concede más importancia a los factores sociales y económicos para describir y explicar los fenómenos comunicativos. A escala mundial esto significa que los flujos y estructuras de la comunicación son vistos básicamente como otro componente del sistema económico mundial. Por ello, el término "imperialismo de la comunicación" no debe entenderse como referido a un fenómeno separado, sino a un aspecto particular de un solo mecanismo imperialista determinado por las relaciones económicas entre los países (y las relaciones socioeconómicas al interior de ellos).

En realidad, se da una situación paradójica donde la investigación sobre la comunicación —que por su propia naturaleza se relaciona con el procesamiento y cultivo de la conciencia humana— se está desarrollando cada vez más sobre factores materiales, y parece entonces estar fusionándose con un estudio general de la sociedad en un contexto sociológico, económico o político. Vista frente a la tradición anterior de investigación, esta tendencia podría ser bienvenida para eliminar una autosuficiencia indebida en el estudio de la comunicación, tomado como algo único y separado de otras ciencias sociales, y también para introducir más elementos materiales en un campo que ha sido particularmente sesgado hacia una orientación filosófica idealista en el hemisferio occidental.

No es nuestra tarea discutir aquí en detalle tales tendencias en la tradición de la investigación ni buscar explicaciones para los cambios en las políticas de investigación. Sin embargo, en el contexto actual debemos señalar que los factores económicos y materiales se están abriendo paso no sólo en los estudios sobre la comunicación sino en las ciencias sociales en general, y en prácticamente todos los campos de las políticas públicas. Hace unos años la parte industrializada del mundo capitalista todavía miraba confiada hacia el futuro y generaba ideologías, incluyendo muchos estudios social-científicos que se interesaban principalmente por el bienestar psicológico o la calidad de vida de quienes vivían en una sociedad del bienestar con una base económica-material medianamente estable y en constante crecimiento. Ya no es el caso en esta época de inflación y desempleo récord, de huelgas y disputas industriales de una magnitud nunca antes vista, de crisis del petróleo y de la moneda, así como de problemas sociales de criminalidad y narcóticos, etc. Actualmente, no sólo los observadores marxistas sino también los expertos burgueses opinan que el capitalismo mundial está siendo sacudido por una crisis generalizada que tiene sus raíces en problemas materiales y económicos antes que mentales, como sucede, por ejemplo, con los fenómenos de la comunicación.

En consecuencia, la preocupación de los encargados de tomar decisiones políticas y de los científicos sociales parece, al menos en los países industrializados occidentales, estar retornando al análisis y control de los problemas socioeconómicos vitales. La misma tendencia se amplifica a escala global por la voluntad tercermundista de ver los proble-

mas poblacionales como un asunto de desarrollo socioeconómico en lugar de un tema de control de la natalidad (incluyendo información al respecto), tal como se pudo ver en la Conferencia Mundial de Población de las Naciones Unidas en Bucarest. No obstante, sería funestamente erróneo concluir que los temas de comunicación y la conciencia humana han dejado de ser importantes para la sociedad y el mundo en general en este momento histórico. Aunque pueda parecer paradójico a primera vista, las tendencias mundiales actuales conceden una creciente importancia a la comunicación masiva en el desarrollo del sistema social, tanto en los países industrializados como en los países en desarrollo. Dado que los problemas materiales a los que se enfrenta el mundo actualmente son en gran medida consecuencia del sistema político y económico, es simplemente natural que una lucha ideológica en la mente humana se haya vuelto cada vez más importante estratégicamente.

Los investigadores, profesionales, encargados de políticas y educadores en el campo de la comunicación de masas tendremos sin duda un papel cada vez más central en el desarrollo del mundo durante los próximos cruciales años que se avecinan. Sin embargo, a fin de enfrentar este reto será necesaria una reevaluación seria de las teorías y prácticas pasadas. Por ejemplo, en los estudios sobre el cambio social, se deberá abandonar la visión ahistórica del desarrollo según la cual, como lo ha señalado Peter Golding (1974), los países en desarrollo «surgen de un aislamiento estático y requieren de un estímulo externo para empujarlos hacia el siglo veinte» y que concibe su futuro «como una versión más grande del presente, la teoría liberal del progreso, siendo el modernismo la acumulación de más bienes de consumo y la adopción de valores e ideales que han sido ensayados en el mundo occidental».

Necesitamos investigaciones históricas más genuinas, acompañadas de estudios sobre los procesos de la comunicación de masas en el contexto de la ciencia política y la macroeconomía. Necesitamos programas y medidas imparciales en las políticas de comunicación de los países industrializados y en desarrollo, capitalistas como socialistas. También necesitamos nuevos modelos de enseñanza del periodismo para cubrir mejor las necesidades apremiantes de los países en desarrollo. Somos conscientes de las amplias direcciones del cambio. Como dice Lent: «Las alternativas evidentes son, por supuesto, propiedad local, contenidos locales, personal capacitado localmente y uso del idioma y cultura nativos». [...].

Sin duda estamos recién al comienzo de un largo camino y se necesita mucho más trabajo y más minucioso. En todo caso, me parece que la investigación sobre la comunicación nunca antes ha tenido tanto potencial para contribuir a la solución de problemas sociales, dado que este campo de estudio ahora ha logrado identificar bastante bien su contexto científico y sociopolítico, y adoptar una "filosofía de investigación" progresista y orientada a las políticas públicas. Igualmente importante desde una perspectiva internacional, es que nuestro campo, como cualquier otra actividad humana, puede beneficiarse del proceso actual de normalización o distensión que experimentan las relaciones políticas entre la mayor parte de los países, pese a todas las crisis que el mundo aún enfrenta. [...].

Como se afirma en el documento final sobre la cooperación en el campo de la educación, cultura y medios masivos de la Conferencia Mundial de las Fuerzas por la Paz celebrada en Moscú en 1973, a la que asistieron más de mil organizaciones y partidos nacionales de un amplio espectro político:

> «Nos hemos reunido en un periodo en el que el éxito de la política de coexistencia pacífica ofrece las mejores oportunidades que alguna vez hayan tenido los hombres para expandir y fortalecer la cooperación entre los Estados en el campo de la cultura y la educación con el fin de consolidar la paz mundial y salvaguardar la causa justa de la libertad e independencia nacional de las personas. Ha llegado el momento de continuar, con mayor esfuerzo, el diálogo constructivo entre los representantes de diversos campos de la cultura y la educación para eliminar los malentendidos mutuos y los esfuerzos y recaídas de la Guerra Fría que interfieren con el intercambio recíproco normal y la cooperación entre las culturas» (Democratic Journalist 1974).

Bibliografía citada

Golding, P. (1974). "Media role in national development: Critique of a theoretical orthodoxy" en *Journal of Communication*, verano.

Kekkonen, U. (1974). "The free flow of information: Towards a reconsideration of national and international communication policies" en Nordenstreng, K. y Varis, T. (1974) *Television Traffic – A One-way Street?* Paris, UNESCO Reports and Papers on Mass Communication, Nº 70.

Nordenstreng, K. y Varis, T. (1974). *Television Traffic – A One-way Street?* Paris, UNESCO Reports and Papers on Mass Communication, Nº 70.

Schiller (1974) en Nordenstreng, K. y Varis, T. (1974) *Television Traffic – A One-way Street?*. Paris, UNESCO Reports and Papers on Mass Communication, Nº 70.

The Democratic Journalist, 1, 1974.

UNESCO Statistical Yearbook 1972. Paris, UNESCO 1973.

Nordenstreng, Kaarle (1974). Discurso inaugural en el Congreso Científico de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (IAMCR) de la Universidad Karl Marx. Leipzig, República Democrática Alemana, 17 de septiembre. Reproducción autorizada por el autor.

Extracto de

La filosofía de la comunicación para el desarrollo

Juan E. Jamias

La comunicación para el desarrollo es un campo separado y especializado del estudio de la comunicación humana. Tres ideas principales definen su filosofía emergente. Está al servicio de la mayoría de personas en una sociedad. En un contexto de desarrollo, se asigna un valor tácito positivo al tema que se comunica. La comunicación pragmática para el desarrollo es evaluada en función de sus resultados y no de un mero inventario de las actividades de comunicación que se realizan.

Programas de acción

En Filipinas y otros países en desarrollo estos programas apoyan diversas causas, particularmente en el área del desarrollo socioeconómico. Abundan los proyectos de desarrollo agrícola y comunitario, conservación forestal, planificación familiar, reforma agraria, cooperativas y otros. Lo común a estos programas de acción es el papel destacado de la comunicación en el fomento o la aceleración del cambio. Estas actividades de comunicación abarcan desde las oficinas pequeñas de prensa o información pública, que suelen ser operadas por un par de empleados, hasta las grandes agencias como la Dirección de Extensión Agrícola. [...].

La palabra desarrollo ha reemplazado a las denominaciones anteriores de cambio social o cambio, con ciertas consecuencias positivas. La palabra *cambio* es un término "neutro"; puede ir en dirección tanto positiva como negativa. Por el contrario, el *desarrollo*, especialmente como se utiliza la palabra ahora en el campo de las comunicaciones, casi siempre implica mejora o progreso. Más aún, la palabra cambio ignora el hecho de que podría no producirse ninguno, por lo menos desde la perspectiva del especialista de la comunicación. En virtud de este punto de vista especializado, la comunicación para el desarrollo es aislable dentro de la disciplina básica de la comunicación o la teoría de la comunicación. Esta perspectiva especializada de la comunicación para el desarrollo también se puede aislar de las demás ciencias sociales o, específicamente, de la antropología cultural, la sociología, la psicología social, etc. La diferencia entre las preocupaciones de un especialista de la comunicación para el desarrollo y las del científico social se ilustra acertadamente con los siguientes extractos:

> «¿Qué queremos decir cuando hablamos de desarrollo tecnológico en zonas de desarrollo incipiente? Está claro que los destinatarios de la asistencia pública en salud, proyectos de extensión agrícola y programas de desarrollo comunitario están aprendiendo nuevas técnicas, adquiriendo capacidades para el uso de nuevas herramientas y cambiando actitudes y costumbres que inciden en muchos ámbitos de sus vidas. Sin embargo, el especialista técnico se distingue del científico social por el marco de referencia desde el cual interpreta lo que sucede. A partir de los objetivos y valores de su subcultura profesional, el especialista técnico utiliza el trabajo para el desarrollo como una manera eficaz de difundir el saber científico y nuevos comportamientos en zonas en las que antes era muy someros o no existían en absoluto».

> «Por su parte, el científico social, como resultado de su subcultura académica, ve el desarrollo social como un cambio en los patrones de la cultura y la sociedad. Para él, los programas tecnológicos exitosos son un caso especial dentro del proceso general del cambio cultural o social. Describe lo que ocurre como un cambio cultural o social "planificado", "dirigido" o "guiado" para distinguirlo de los cambios evolutivos, espontáneos o no planificados que se dan constantemente» (Foster 1962).

La comunicación para el desarrollo despliega su propia filosofía y principios rectores. El propósito aquí es enunciar categóricamente las ideas principales que apuntalan la comunicación para el desarrollo como área de estudio.

1. En el contexto del desarrollo se considera que la comunicación está dirigida hacia un objetivo. Se debe señalar que otros estudiosos de la comunicación sostienen que la comunicación es y debe ser "éticamente" no dirigida.
2. En el contexto del desarrollo se asume el valor positivo tácito de aquello por lo que uno aboga, de aquello acerca de lo cual uno comunica; de modo que las variedades de alto rendimiento del arroz merecen justificadamente fomentarse entre los agricultores, el control de la natalidad es crucial para la supervivencia digna de la humanidad, la reforma agraria es necesaria para la justicia social.
3. El tercer eje conceptual de la comunicación para el desarrollo es su pragmatismo. Este concepto enfatiza que la comunicación para el desarrollo se debe juzgar a partir de sus resultados, a su vez determinados por los objetivos específicos del comunicador. ¿Qué espera el comunicador como resultado de hablar, escribir, visualizar o, simplemente, de no hacer nada de lo anterior?

La comunicación para el desarrollo es una comunicación intencionada

Que la comunicación sea intencionada implica un propósito consciente. ¿Qué supone la comunicación no intencionada? En el modelo comunicacional de Westley y MacLean (1957), un mensaje no intencionado es el que se trasmite directamente o por medio de un canal (medios masivos) a un destinatario sin que el comunicador tenga la intención de influenciarlo.

A la luz de la actual teoría de la comunicación, la comunicación no intencionada es insostenible. En todo caso, la presunción de la falta de intención ha predominado durante mucho tiempo en las escuelas de periodismo y otros sectores de la educación y capacitación para las comunicaciones masivas. Estas escuelas se han basado en lo que Quebral describe como el «contexto liberal occidental, altamente individualista, que produjo conceptos tales como la "libertad de prensa" o "la economía del *laissez-faire*"». Según esta orientación tradicional, a los alumnos de periodismo y de comunicación de masas se les enseña el valor y el método del periodismo objetivo, es decir no intencionado. Desde una perspectiva más allá del contexto liberal, el comunicador para el desarrollo parte de comunicar con un objetivo específico. Este objetivo, en líneas generales, es el de impulsar el desarrollo. Como término técnico, desarrollo implica sacar a las masas de los países en desarrollo de la pobreza, el analfabetismo, el desempleo y la desigualdad social (Seers 1969). Al público de la comunicación para el desarrollo se le debe informar y motivar para aceptar y utilizar una cantidad considerable de ideas y capacidades anteriormente desconocidas, en relativamente menos tiempo. La misión de la comunicación para el desarrollo es, por tanto, informar y motivar a nivel nacional, sectorial y de proyecto. Así, el objetivo de la comunicación para el desarrollo es el proceso del desarrollo en sí mismo.

Un periodista especializado en el campo del desarrollo ha definido el trabajo de esa profesión como triple: principalmente, informar; en segundo lugar, interpretar; y, en tercer lugar, "promover". Alan B. Chalkley (1970) escribió en su *A Manual of Development Journalism* que «su trabajo no sólo es presentar los hechos de la vida económica e interpretarlos, sino también promoverlos y esclarecerlos para sus lectores. Hay que hacer que el lector se dé cuenta de la importancia del problema del desarrollo, que piense en él y abra los ojos a las posibles soluciones para romper con el círculo vicioso [de la pobreza]».

En términos operativos, el objetivo de la comunicación para el desarrollo se expresa en objetivos específicos de comportamiento, tales como lograr que los agricultores cosechen tantos *cavanes* más de arroz que antes con la misma tierra, que ganen más que antes o alguna otra medida concreta del resultado deseado (Jamias 1969). Se requiere que los comunicadores del desarrollo sepan cuál es su propósito, o bien qué quieren que el público haga en términos de cambios de comportamiento específicos y observables.

El valor tácito de la innovación o del mensaje puede surgir del punto de vista de la persona que lo comunica o de la fuente, o provenir de la perspectiva del destinatario. Sin embargo, al volverse un objeto de la comunicación, la innovación generalmente adquiere un valor derivado de su fuente. Nótese que ésta es una afirmación sobre lo que es y no sobre lo que debería ser. Las fuentes habituales de mensajes de desarrollo son institutos de investigación, universidades y escuelas de agricultura, y las otras instituciones relacionadas a los procesos tácticos del cambio y el progreso moderno, tales como la enseñanza, la investigación y la extensión de la información. Estas instituciones constituyen una subcultura en una sociedad modernizadora (Jamias 1968). Cuando el valor tácito de la innovación surge de estas fuentes institucionales, se basa en una confianza en la ciencia y la tecnología, y depende de ellas. Por cierto, esta dependencia respecto de la modernización tecnológica no es nueva. Está profundamente enraizada en la historia del sistema universitario subvencionado por Estados Unidos. Desde hace más de cien años, las facultades de agricultura han realizado básicamente las tres funciones de instrucción, investigación y extensión agrícola. Estas funciones se convirtieron en los procesos tácticos para

el cambio y el progreso al modificar profundamente la vida de las poblaciones rurales y agrícolas de Estados Unidos. El gigantesco progreso de la agricultura estadounidense ha sido atribuido en gran parte a estas instituciones subvencionadas. Con la excepción de sus limitadas actividades en el campo de la extensión universitaria, el *College of Agriculture of the University of the Philippines at Los Baños* (UPLBCA) en términos generales sigue el modelo estadounidense de subvención gubernamental para la compra de tierras. En Filipinas, la Dirección de Extensión Agrícola es responsable del trabajo nacional de extensión. Para evitar la duplicación, el UPLBCA se concentra en la investigación sobre la actividad en el campo para desarrollar y evaluar enfoques alternativos en el trabajo de extensión y capacitación, y en los servicios especializados de extensión, principalmente para técnicos agrícolas y otro personal del gobierno. Las demás universidades y escuelas agrícolas estatales en Filipinas también están diseñando sus actividades institucionales según el modelo estadounidense de subvención, que enfatiza el conocimiento científico y tecnológico como la clave del progreso agrícola. [...].

Estudios tanto en Estados Unidos como en Filipinas han demostrado que el flujo de información, o el solo hecho de incrementarlo, no necesariamente genera los cambios de comportamiento que se espera obtener (Hyman 1947 y Montecillo 1970). Por lo tanto, mientras el comunicador tradicional se plantea como central la pregunta ¿qué tan bien me comuniqué?, el comunicador para el desarrollo se interroga ¿logré los resultados deseados? En términos prácticos, los factores de comunicación, tales como el código de "pureza" (es decir, el idioma), el tratamiento, el estilo y la gramática adquieren un lugar secundario frente a la claridad del mensaje y su efectividad para producir el resultado deseado. Otra máxima operativa es que el comunicador especializado en el desarrollo también debe considerar factores no comunicacionales que pueden ser cruciales para lograr el resultado comunicacional deseado [...].

En la comunicación para el desarrollo, la comunicación es una herramienta y no un producto. Ideológicamente, el pragmatismo de la comunicación para el desarrollo deberá concretarse en la organización de la comunicación para servir a los intereses y al progreso de la mayoría de personas. Cuando el desarrollo de una sociedad no logra producir el progreso de la mayoría, y no sólo de una minoría, el desarrollo y los proyectos de desarrollo deben ser analizados críticamente. La condición de la sociedad sirve como dato de retroalimentación que el especialista de la comunicación debe analizar y resolver, si corresponde, y el punto de vista pragmático condiciona el éxito de la comunicación: ¿Captó la atención del destinatario, tuvo sentido para él? (¿lo entendió?) ¿Fue aceptado? Y, finalmente, ¿tuvo resultados? [...].

Los elementos constitutivos de la comunicación para el desarrollo

Aparte de la filosofía de la comunicación para el desarrollo, otra forma de analizar sus atributos particulares para diferenciarla de otros tipos de comunicación es conocer sus partes y saber cómo éstas la distinguen de otros campos de la comunicación. Las partes o elementos que constituyen la estructura de la comunicación para el desarrollo son: a) innovación, b) comunicación y c) la acción o el rendimiento. En otras palabras, para que la comunicación para el desarrollo exista —física y conceptualmente— debe haber una innovación, una persona o una fuente que la dé a conocer, y una persona o personas que respondan o actúen frente ella de una manera específica. Para cerciorarse, deberían obtenerse diversos grados de acción o cambio en el comportamiento del destinatario. Puede haber un cambio total, parcial o ninguno, o incluso un cambio imprevisto. En todo caso, la fidelidad del resultado con la intención de la fuente es un requisito de la comunicación para el desarrollo. En vista de este requisito, el objeto del acto de comunicación se manifiesta y este objeto se convierte a su vez en la estrategia y táctica de la comunicación.

Una innovación es una idea, objeto o práctica nueva, valiosa para la gente. El valor puede ser visto desde la perspectiva de la fuente o el origen de la innovación, desde el punto de vista del usuario final o destinatario, o desde la óptica de un grupo o sistema receptor, por ejemplo un país. Cuando el valor sostenido está orientado hacia la fuente, suele ocurrir que el valor técnico de la innovación es el que más se percibe. Así, el núcleo usual del valor tecnológico son los investigadores, científicos y otros técnicos. El papel del valor tecnológico es generador, es decir, que hace posible la generación de nuevas ideas, cosas y prácticas. [...].

El valor de la innovación puede ser visto desde los valores grupales, en lugar de los valores individuales. Éste es un valor social, o el atributo percibido de una innovación que beneficia a la mayoría. En este caso, la pretensión es más social (según las normas de justicia social) que tecnológica o económica. Por ejemplo, la política de justicia social del gobierno de Filipinas promueve la reforma agraria, o la conversión de tenencia en arrendamiento y, en última instancia, en propiedad, pese a que la fragmentación de las parcelas puede ser tecnológicamente improductiva y económicamente desfavorable. La reforma agraria puede desde luego aportar beneficios económicos. Pero este valor es menos importante que el valor social de la innovación.

Bibligrafía citada

Chalkley, Alan B. (1970). *A Manual of Development Journalism*. Manila, Philippine Press Institute and Shell Co. of the Philippines.

Foster, George H. (1962). *Traditional Cultures and the impact of Technological Change*. New York, Harper & Bros. Inc.

Hyman, Herbert H. y Sheatsley, Paul B. (1947). "Some Reasons Why Information Campaigns Fail" en *Public Opinion Quarterly*, 11.

Jamias, Juan F. (1967). "Communication and Agricultural Development in the Philippines". Ponencia presentada en el seminario internacional sobre Medios de Comunicación y Desarrollo. Quezon City, University of the Philippines Institute of Mass Communication, noviembre 21.

Jamias, Juan F. (1969). "Effective Communication for Development". Ponencia presentada en la Association of Colleges of Agriculture in the Philippines Extension Seminar. College, Laguna, University of the Philippines, College of Forestry, marzo 16-26 .

Jamias, Juan F. (1968). "The Verbal Culture and the Problems of Agricultural Development in the Philippines" en *The Philippine Journal of Psychology*, 1, noviembre 12.

Montecillo, Catalina, M. (1970). "The Uses and Effects of Interposed Agricultural Communication". Tesis de Doctorado. College, Laguna, University of the Philippines, College of Agriculture.

Seers, Dudley (1969). "The Meaning of Development". Ponencia presentada a la XI Conferencia Internacional de la Sociedad para el Desarrollo Internacional. New Delhi.

Westley, Bruce H. y MacLean, Malcolm S. Jr. (1957). "A Conceptual Model for Communication research" en *Journalism Quarterly*, 34.

Jamias, Juan F. (1975). Extracto de *Readings in Development Communication*. Filipinas, University of the Philippines at Los Baños, Department of Development Communication, College of Agriculture. Reproducción autorizada por Estrella Jamias.

Extracto de

La aparición de políticas nacionales de comunicación: un nuevo escenario para la lucha social

Herbert I. Schiller

La gestión mental moderna, que emplea información, imágenes, educación y tecnología, plantea nuevos problemas para los pueblos dominados, tanto en los países centrales, industrializados, como en las regiones dependientes periféricas.

El conflicto de clases ha sido visto históricamente como una lucha económica, un conflicto entre grupos contendores, la clase obrera contra la clase propietaria: en el corto plazo, por una mayor participación en el producto inmediato (anual) y, en última instancia, por el control y la conducción del sistema de producción. Sin embargo, en los principales países industrializados capitalistas de Europa occidental, Norteamérica y Japón, un nuevo elemento ha entrado en la confrontación: la utilización al máximo por la clase dominante de un aparato informativo enormemente extendido y penetrante. En los países todavía no industrializados que luchan por superar su dependencia económica, la independencia nacional y la transformación social se ven a tal punto bloqueadas que el sistema de comunicaciones está controlado por la clase dominante o la representa, esté situada externa o internamente.

En consecuencia, el conflicto de clases se ha desplazado de modo explícito a la esfera cultural de las comunicaciones y el surgimiento de políticas nacionales de comunicación es el reflejo de batallas aún generalmente irresueltas entre intereses contradictorios y la demanda en el sector de la información. Y no se trata de un nivel de conflicto secundario. El componente cultural de la comunicación ha venido experimentado una continua expansión en todas las economías de mercado. Parecería convertirse —tanto absolutamente (en términos del personal empleado, el capital invertido y su relación con el rendimiento) cuanto cualitativamente (en términos de su influencia decisiva)— en un centro crítico, si no el principal, de la futura lucha dentro del capitalismo y contra él. Son numerosos y se multiplican los ejemplos de una creciente preocupación nacional y de clase respecto de las fuerzas que crean y modelan las creencias.

[...] Puesto que el tema comunicación-información es inseparable del tema definitivo del control social, es de esperar que las demandas para participar en el diseño de políticas de comunicación no se limiten a los ministerios y a las agencias gubernamentales. También ofrecen activamente sus puntos de vista los partidos políticos, las organizaciones profesionales, los sindicatos, las instituciones académicas, las asociaciones internacionales, y los individuos.

Obviamente, el creciente interés por la condición cultural de la comunicación aparece en muchas fuentes y a veces divergentes, estimulado por la autorrealización, el incremento del nivel económico de los trabajadores, y la independencia nacional, entre otros ejes de la preocupación. También son consideraciones poderosas en el énfasis cada vez mayor hacia las políticas nacionales de comunicación, las relacionadas con el manejo de la economía por grupos privados existentes o emergentes, y el control del aparato cultural para perpetuar la dominación económica.

Un examen profundizado de estas corrientes contradictorias y diferentes es necesario.

La lucha en contra de la dominación —externa, cuando el poder reside fuera de la nación, e interna, cuando el poder se ejerce desde el estrato privilegiado que gobierna— es central, aunque no siempre reconocida como tal en el diseño de políticas de comunicación. Internacionalmente, nacionalmente e individualmente, la lucha —a veces ensombrecida— se produce entre las fuerzas dominantes y aquellos que resisten y desafían el poder hegemónico. Lo esencial en el debate contemporáneo sobre comunicación se relaciona con esta confrontación fundamental y cada vez más intensa.

A veces parece que el frente de batalla está mejor dibujado en el campo internacional, porque está más próximo al contorno de las relaciones de poder entre Estados: desarrollado/en desarrollo, rico/pobre, blanco/de color... El sistema colonial, que desapareció rápidamente como aparato formal de dominación, sobrevive y florece en forma de una intricada red de dependencias económicas, políticas y culturales.

Schiller, Herbert I. (1975). "The appearance of national communication policies: A new arena for social struggle" en *Gazette*, Vol. 21, Nº 2. Amsterdam, Sage Publications. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Extracto de

1975

Herbert I. Schiller

Las políticas nacionales de comunicación: un nuevo escenario para la lucha social

La manera de ver la tecnología puede constituir uno de los problemas más críticos para quienes buscan crear una política de comunicación liberadora, dado que la carrera tecnológica interactúa con cada aspecto de la conciencia contemporánea. Desde su origen hasta su introducción, la tecnología suele estar firmemente en manos de un sector u otro de la clase que domina el orden social. Este control ejerce una influencia directa sobre el carácter, la aplicación, utilización, modificación temprana y desarrollo del nuevo equipo o proceso.

No se busca insistir aquí en que las nuevas tecnologías deben evitarse, rechazarse o minimizarse al elaborar políticas culturales para la comunicación, cuyo objeto es contribuir a la formación de una conciencia crítica. De la misma manera como la autarquía cultural no puede ser productiva por sí sola, el rechazo indiscriminado a la tecnología es una admisión de impotencia y desánimo. Lo que se pide es el reconocimiento, por parte del sector con poder de decisión, de que la tecnología es una construcción social. No es neutral. Muestra las huellas del orden social que la ha producido. Lo menos que pueden hacer quienes están comprometidos con la creación de nuevas relaciones sociales es examinar, sopesar y debatir cuidadosamente la utilidad de adoptar, incorporar o modificar tales o cuales elementos, procesos, instrumentos o técnicas tomados de una sociedad "avanzada".

Aparte de los procesos fácilmente reconocibles (y no es una calificación sencilla) que salvan y protegen vidas, y de su instrumentación (por ejemplo, algunas prácticas médicas y agrícolas), los intereses populares podrían ser mejor atendidos con decisiones no apresuradas, deliberadas y críticas. Es especialmente necesario tener en cuenta las necesidades particulares de cada país y el reconocimiento de que las técnicas y maquinarias adecuadas para un objetivo social específico, en un conjunto dado de relaciones sociales, pueden no ser apropiadas para otro contexto.

Schiller, Herbert I. (1975). "The appearance of national communication policies: A new arena for social struggle" en *Gazette*, Vol. 21, Nº 2. Amsterdam, Sage Publications. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

La necesidad de nuevos modelos

Extracto de *La comunicación de las innovaciones agrícolas en América Latina: la necesidad de nuevos modelos*

Juan Díaz Bordenave

La tecnificación de la agricultura en América Latina debe ocurrir como parte de un proceso más general para obtener su independencia frente a los poderes económicos extranjeros. La independencia intelectual también puede ser necesaria en la investigación sobre la difusión. Hasta el momento, la mayor parte de los estudios realizados en América Latina llevan el sello "clásico" del modelo de difusión estadounidense. *Los académicos latinoamericanos de la comunicación deben superar su compulsión mental a percibir su propia realidad a través de conceptos e ideologías extranjeras, y aprender a ver la comunicación y la adopción de innovaciones desde su propia perspectiva.* De hecho, dado que el modelo clásico de difusión se formuló bajo condiciones socioeconómicas distintas y a partir de una postura ideológica incompatible con la realidad latinoamericana, los tipos de preguntas que hacían los investigadores latinoamericanos —acostumbrados a usar ciegamente ese modelo de difusión— no abordaban los temas que realmente afectan el desarrollo rural.

Comparemos las preguntas propias del modelo clásico con algunas de las que *deberían* plantearse los investigadores de la región. Havens (1972) hizo la siguiente relación de aquellas típicas del "enfoque difusionista" del desarrollo:

1. ¿Qué innovaciones están disponibles (en el inventario tecnológico)?
2. ¿Quiénes usan las innovaciones tecnológicas?
3. ¿Cómo se difunden?
4. ¿Cuáles son las diferencias entre los usuarios y no usuarios de las innovaciones:
   a) ¿en sus características personales? y
   b) ¿en sus características sociales?
5. ¿Qué grupos orientan el comportamiento individual hacia las innovaciones?
6. ¿Cómo sienten los individuos las privaciones y qué actitudes adoptan para reducirlas?
7. ¿Cuáles son los códigos y normas sociales pertinentes para la innovación?
8. ¿Cómo afectan los valores el comportamiento individual o grupal respecto de la innovación?

A fin de decidir qué preguntas acerca de la investigación deben hacerse para entender mejor la comunicación y la adopción de innovaciones agrícolas en América Latina, pongámonos en el lugar de los planificadores gubernamentales de una nación que está transformando su agricultura y su vida rural para asegurar una estructura social más justa y un desarrollo nacional sólido. Éstas son algunas de las preguntas que podrían plantearse:

1. ¿Cuán autónomo o independiente es el país respecto de las fuerzas externas que afectan su economía y sus decisiones políticas?
2. ¿Cómo está organizada la estructura social rural y cuál es su influencia en la toma de decisiones individuales? ¿Cuál es el origen histórico de esta situación?
3. ¿La mayoría de los agricultores son propietarios de sus terrenos, sea individual o cooperativamente? ¿Son propietarios de sus herramientas agrícolas?
4. ¿Quién controla las instituciones económicas, particularmente las de mercado, crédito y suministros?
5. ¿Quién decide qué tipo de innovaciones deben ser difundidas y desarrolladas?
6. ¿Se consulta a los agricultores? ¿Se averigua cuáles son sus necesidades de innovación?
7. ¿Qué criterios se utilizan para seleccionar las innovaciones que serán difundidas: a) el bienestar común, b) el incremento de la producción para la exportación, c) el mantenimiento de precios bajos para los consumidores urbanos, d) las ganancias de los grandes terratenientes y comerciantes agrícolas?
8. ¿Qué probables efectos tendrá sobre el bienestar individual y familiar la adopción de ciertas innovaciones? ¿Sobre el desarrollo regional y nacional en el corto, mediano y largo plazos? ¿Promoverán el empleo o el desempleo, la permanencia en su lugar de origen de la población rural o la migración a las ciudades, el enriquecimiento de los más ricos o una mejor distribución del ingreso?
9. ¿Las innovaciones tienen en cuenta las diferencias regionales y locales en cuanto a la ecología, la economía, las costumbres agrícolas y las normas culturales?
10. ¿Se necesita algún grado de coerción para que se adopte una innovación, sea por las imposiciones del mercado, de las instituciones de crédito, del gobierno o de los terratenientes?
11. ¿Cuál es el papel de la publicidad en los medios masivos ? ¿Persuade a los agricultores a adoptar innovaciones que realmente necesitan o que no necesitan?
12. ¿Qué tan apropiados o comprobados son los productos y técnicas que se difunden? ¿Son adecuados para la etapa de desarrollo tecnológico, económico y social del país?
13. ¿Qué tipo de cambios de vida y de aprendizaje demandan a los agricultores las innovaciones? ¿Requieren de la creación de nuevos sistemas de crédito, de tenencia de la tierra, de asistencia técnica, de mercadeo y de seguros?
14. ¿Quién controla las fuentes y canales de comunicación para las innovaciones? ¿Hay monopolio, censura, bloqueo o distorsión de la comunicación?
15. ¿Hasta qué punto son adecuados los contenidos de los canales masivos y el tratamiento de las innovaciones frente a las necesidades de los agricultores? ¿Están al servicio de todos los agricultores o principalmente del gobierno, las industrias de suministros, los compradores de productos agrícolas, los grandes agricultores, los grupos de consumidores?
16. ¿Cuáles son las posibilidades y canales de retroalimentación para que los agricultores comuniquen sus necesidades y resultados a las fuentes de las innovaciones y a los diseñadores de políticas?
17. ¿Están los agricultores organizados en grupos de presión para influir en la estructura social de la tenencia de la tierra, la infraestructura de producción y el sistema de mercadeo, y posibilitar la difusión de innovaciones apropiadas?
18. ¿Qué tan adecuados son los agentes del cambio o el personal de servicios de extensión como canales de comunicación bilateral? ¿Son técnicamente competentes, orientados ideológicamente al bienestar de los agricultores y metodológicamente adecuados?
19. ¿Cuáles son las instituciones que directa o indirectamente transfieren tecnologías a los agricultores? ¿Cuáles son las relaciones actuales entre los procesos de concienciación, educación formal, organización, politización y tecnificación de la población rural?
20. ¿Se promueve y ejecuta la tecnificación sin iniciativas simultáneas de concientización?
21. ¿Cómo diagnostican y resuelven sus problemas los agricultores? ¿Cómo buscan recursos y asistencia fuera de su comunidad? ¿Qué tan bien desarrolladas están sus capacidades de comunicación? ¿Cuáles son las funciones personales y grupales en la resolución de conflictos de los agricultores?

Podría acusarse a esta lista de ser más un programa político que una perspectiva de investigación. Así debe ser. *Porque si hay algo que estamos aprendiendo en América Latina es que los estudios sobre las innovaciones en comunicación no pueden existir como investigaciones libres de ideología y políticamente neutrales.* El científico que dice querer investigar sin comprometerse

con ninguna de las formas de cambiar la sociedad rural, en realidad está tan comprometido ideológicamente como aquel que concibe la investigación como una herramienta para forjar el camino que ha elegido hacia el cambio humano y social. La educación, el progreso tecnológico y la acción política no deberían estar separados en América Latina, porque son diversos aspectos del sistema total.

En suma, el modelo clásico de difusión se interesaba principalmente por lo que le ocurre a la *innovación* en su proceso de difusión y adopción. Lo que se necesita son modelos que se interesen por lo que le acontece a la *persona* que adopta una innovación y a su *sociedad*.

Bibliografía citada

Havens, E. (1972). "Methodological issues in the study of development" en *Sociologia Ruralis*, 12.

Díaz Bordenave, Juan (1976). "Communication of agricultural innovations in Latin America. The Need for New Models" en *Communication Research*, Vol. 3, N° 2. Sage Publications. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

1976

Un experimento de campo respecto de la televisión y la ignorancia en el agro

Prakash M. Shingi y Bella Mody

Extracto de *La brecha de los efectos de la comunicación: un experimento de campo respecto de la televisión y la ignorancia en el agro de la India*

¿Por qué ocurren las brechas? Entre las explicaciones podemos mencionar: (1) las diferencias en los niveles de habilidades de comunicación entre los segmentos de la audiencia total; (2) las cantidades de información almacenada: es decir, los niveles de conocimientos adquiridos como resultado de una exposición previa al tema: dichos receptores de la comunicación estarían mejor preparados para comprender la comunicación siguiente; (3) el contacto social pertinente: puede que haya un mayor número de personas en los grupos de referencia del segmento más favorecido y que estos receptores tengan más contacto interpersonal con otras personas poseedoras de mucha información; y, (4) la exposición, aceptación y retención selectiva de la información. Por lo tanto, en la medida en que se involucren habilidades de comunicación, conocimientos previos, contacto social o una selectividad actitudinal, la brecha crecerá mientras continúe el flujo abundante de los medios masivos.

En países en desarrollo como la India, la mayor parte de los beneficios del desarrollo tienden a acumularse en favor de los segmentos más favorecidos y no de los oprimidos a quienes aparentemente estaban dirigidos. Un ejemplo muy debatido de este caso es la denominada Revolución Verde, que benefició a los grandes agricultores y aumentó las brechas socioeconómicas existentes. Dados sus niveles más altos de conocimientos, capital y contrato social, no es de sorprender que "los que tienen" logren mayores efectos de la exposición a la mayoría de las fuentes de información interpersonales y de los medios masivos.

Aquellos medios (radio, prensa, televisión privada, cine) cuya propiedad está condicionada por la educación o los ingresos refuerzan naturalmente las desigualdades de conocimientos, especialmente en las sociedades en desarrollo caracterizadas por una distribución desequilibrada tanto de la educación como de los ingresos. Al igual que en muchas otras naciones, en la India la exposición a los medios masivos se concentra en las zonas urbanas.

Shingi, P. y Mody B.(1976). "The Communication Effects Gap: A Field Experiment in TV and Agricultural Ignorance in India" en *Communication Research*, Vol. 3, N° 2, abril. © 1976, Rowman and Littlefield Publishers. Reproducción autorizada por la editorial.

Recomendaciones para la comunicación emitidas de 1976 a 1980

Extractos de *El nuevo orden económico internacional: vínculos entre la economía y las comunicaciones*

UNESCO

1976

A continuación citamos algunos de los hitos importantes de la UNESCO que durante los años 1970 contribuyeron a configurar el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC).

En 1972, en la Sesión XVII de la Conferencia General de la UNESCO, la idea de una *Declaración sobre los principios fundamentales relativos a la contribución de los medios de comunicación de masas al fortalecimiento de la paz y la comprensión internacional, y a la lucha contra la propaganda bélica, el racismo y el apartheid*, se expresó oficialmente por primera vez. Paralelamente, el debate en torno a los satélites de transmisión directa (Direct Broadcast Satellite-DBS) se intensificó a raíz de que la Unión Soviética presentó una propuesta a la Asamblea General de las Naciones Unidas para "una convención vinculante de principios para la transmisión televisiva desde satélites". Fundamentalmente, era un llamado a una respuesta más "normativa" hacia los DBS que en políticas anteriores, caracterizadas por una actitud occidental de *laissez-faire*. Algunas delegaciones lo consideraban necesario, ya que el Tratado del Espacio Exterior no abordaba actividades en el espacio exterior, cuyos efectos directos serían básicamente terrestres (tal como la transmisión de televisión directa desde el espacio, que presentaba repercusiones políticas muy definidas).[1] [...].

Por una votación de 102 a 1, en la que Estados Unidos fue el único país que votó en contra, la Asamblea General de las Naciones Unidas designó al *Committee on the Peaceful Uses of Outer Space* (CUPUOS) para "elaborar los principios que rijan el uso por los Estados de los satélites terrestres artificiales para la transmisión de televisión directa, con miras a celebrar uno o más acuerdos internacionales".

1973: Cuarta Conferencia de Jefes de Estado o Gobierno de los Países No Alineados (Argelia), considerada el inicio de la participación de los países no alineados en el área de la información y comunicación de una manera más organizada. En los numerales xiii y xiv del Programa de Acción para la Cooperación Económica adoptado por la conferencia (con la asistencia de 75 países miembro, 24 observadores y tres países invitados), se estipula lo siguiente:

Los países en vías de desarrollo deben tomar medidas concertadas en el campo de las comunicaciones masivas en los siguientes sentidos a fin de fomentar un mayor intercambio de ideas entre ellos:

a. Reorganización de los canales de comunicación actuales que son un legado del pasado colonial y que han impedido una comunicación libre, directa y rápida entre ellos.
b. Iniciar una acción conjunta para la modificación de los acuerdos multilaterales actuales con miras a revisar las tarifas del servicio de cable de la prensa y facilitar una intercomunicación más rápida y económica.
c. Tomar medidas urgentes para expeditar el proceso de propiedad colectiva de los satélites de comunicación y elaborar un código de conducta que rija su uso.
d. Promover un mayor contacto entre los medios de comunicación, universidades, bibliotecas, entidades de planificación e investigación y otras instituciones para que los países en vías de desarrollo puedan intercambiar experiencias, conocimientos e ideas [...].[2]

1976: Quinta Conferencia de Jefes de Estado o Gobierno de los Países No Alineados (Colombo), en la cual los jefes de Estado de 84 países participantes respaldaron estas declaraciones y recomendaciones, y adoptaron el texto siguiente como parte de la Declaración Política de la Conferencia:

160. Un nuevo orden internacional en los campos de la información y las comunicaciones masivas es tan vital como un nuevo orden económico internacional.
161. Los países no alineados advirtieron con preocupación la brecha enorme y continuamente creciente entre las capacidades de comunicación de los países avanzados y las de los países no alineados, que resulta un legado de su pasado colonial. Esto ha creado una situación de dependencia y dominación en la que la mayoría de los países se ven reducidos a ser receptores pasivos de información sesgada, inadecuada y distorsionada. La identificación y afirmación más plena de su identidad nacional y cultural, por tanto, exigen que rectifiquen este desequilibrio grave y tomen medidas urgentes para un mayor impulso en esta nueva era de cooperación mutua.
162. La emancipación y el desarrollo de los medios de información nacionales forman parte integral de la lucha global por la independencia política, económica y social de una gran mayoría de los pueblos del mundo, a quienes no se les debe negar el derecho de informar y de ser informados de manera objetiva y correcta. La autosuficiencia en las *fuentes* de información es tan importante como la autosuficiencia tecnológica, ya que la dependencia en el campo de la información retrasa, a su vez, el crecimiento político y económico.
163. Los países no alineados deben alcanzar estos objetivos por obra de sus propios esfuerzos, así como por una cooperación más activa a nivel bilateral, regional e interregional y mediante la coordinación de sus actividades en las Naciones Unidas y otros foros internacionales. Es particularmente necesario que los países no alineados fortalezcan sus infraestructuras actuales y aprovechen al máximo las innovaciones científicas y tecnológicas logradas en este campo. Esto facilitaría una diseminación más completa de información objetiva entre su propio público, así como en el mundo en general, acerca de los acontecimientos sociales, económicos, culturales y de otras esferas que se desenvuelven en los países no alineados, y su creciente papel en la comunidad internacional.[3]

1976 – julio: Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe (San José, Costa Rica), iniciada por UNESCO. Esta conferencia es de una importancia considerable.[4]

En cuanto a la elaboración del concepto de un nuevo orden internacional-mundial de la información y la comunicación, las ideas siguientes expresadas en las recomendaciones de esta conferencia merecen mención especial:

- La conferencia reconoció que "un flujo equilibrado de mensajes debe ser uno de los factores directamente operativos para que se haga realidad el nuevo orden económico y social al que aspiran nuestros países".
- También se reconoció "la necesidad de nuevas políticas nacionales para la determinación soberana de las necesidades y prioridades respectivas respecto del flujo internacional de mensajes".
- "Que el principio de 'libre flujo de información' no será aplicable salvo que todos nuestros países tengan acceso por igual a todas las fuentes de información y participen en igualdad de condiciones del control y el uso de los canales internacionales de difusión". En este sentido, siete propuestas dirigidas a los Estados miembro de la región se formularon en la Recomendación Nº 1, en cuyo punto 4 se afirma: "[Los Estados Miembro necesitan] definir e implementar políticas, planes y leyes que hagan posible el advenimiento de relaciones más equilibradas de comunicación a nivel tanto nacional como internacional". Más aún, la Recomendación Nº 6 dice:
- "[…] el desarrollo de sistemas de comunicación e información es uno de los requisitos fundamentales para lograr un desarrollo económico, social y cultural integral, tanto a nivel nacional como regional".

1979 – febrero: La Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Asia y Oceanía (Kuala Lumpur, Malasia), adoptó 51 recomendaciones importantes sobre diversos aspectos de las políticas de comunicación a nivel nacional, regional e internacional. Estas recomendaciones, así como la Declaración de la Conferencia, reflejan la evolución del concepto de un nuevo orden internacional-mundial de la información y comunicación desde la Conferencia de San José. La Declaración de Kuala Lumpur afirma, entre otras cosas, que:

- "[…] Puesto que cada nación tiene derecho a determinar sus propias políticas de comunicación, llamamos a los Estados y ciudadanos a elaborar juntos políticas y programas nacionales integrales basados en una visión global de la comunicación y en las metas de desarrollo económico y social. Los países deben planificar la implementación de estas políticas y programas de manera que formen parte integral de la planificación nacional global.

1976

La revolución freiriana

1976

Extracto de *La comunicación de las innovaciones agrícolas en América Latina. La necesidad de nuevos modelos*

Juan Díaz Bordenave

En esencia, lo que Paulo Freire propuso fue abolir la "mentalidad de transmisión" en la educación y en la comunicación, y su reemplazo por un tipo de comunicación-educación más liberadora, que contuviera más diálogo y que estuviera al mismo tiempo más centrada en el receptor y fuera más consciente de la estructura social.

Podemos explicar por contraste la diferencia entre ambas opciones. En la mentalidad de transmisión, que Freire (1970) llamó "educación bancaria", los contenidos son depositados en un "receptor" pasivo, marcando de ese modo una diferencia en el estatus y en los roles del receptor y de la fuente. Freire propuso que la distinción entre quien "da" y quien "recibe" fuera abolida en la medida en que ambos son "educandos". Pero, claro, ambos son educandos solamente si se adopta un modelo alternativo, que Freire llamó "problematizador" o "liberador".

Ese modelo puede ser descrito en estas palabras: el educando tiene una oportunidad para examinar un problema con sus propios ojos. Recibe ayuda para penetrar en la "nebulosa ideológica" que ciega su vista, impuesta por la clase dominante, y para ver la situación existencial donde la estructura social y cultural de su sociedad impide su participación y su autorrealización. Ese proceso es llamado "concientización". A través de ese proceso el educando aprende que la "cultura" (lo que el hombre puede hacer con el mundo) es superior a la "naturaleza" (lo que el mundo le da al hombre). Es entonces cuando el educando "problematiza" su situación y de manera natural busca una salida a través de su asociación con otros y del uso de "herramientas culturales" para la "liberación", como son la participación política, la organización social de clase, la alfabetización, la escuela y la cooperativa.

Bibliografía citada

Freire, Paulo (1970). *Pedagogy of the oppressed.* New York, Herder and Herder.

Díaz Bordenave, Juan (1976). "Communication of agricultural innovations in Latin America. The Need for New Models" en SAGE, *Communication Research*, Vol. 3, Nº 2.

- [...] [se debe convocar a] una mayor participación de las personas individuales en el proceso de comunicación, así como una mayor libertad y autonomía, y mayor responsabilidad social de parte de los medios de información masiva y, a la vez, una mayor responsabilidad individual y protección de quienes dirigen los medios y preparan los mensajes para circulación [...].
- se debe hacer todo lo posible por eliminar los muchos obstáculos que impiden el intercambio y la circulación de información [...].
- [la necesidad de desarrollar] una mayor conciencia en los medios de comunicación de su potencial como catalizadores del progreso y la reforma socioeconómica.
- Un nuevo orden de información y comunicación mundial más efectivo y justo, que constituye la base para ser buenos vecinos, exige a su vez una apertura hacia el mundo. La cooperación profesional, cultural y científica entre grupos, naciones y regiones debe ser un elemento vital del orden que deseamos establecer.
- Exhortamos al sistema de las Naciones Unidas en conjunto y, más específicamente, a UNESCO, a apoyar estos objetivos, fomentar diversas formas de cooperación regional e internacional y, así, preparar el terreno para un nuevo orden de la información y comunicación mundial más efectivo y justo que forme parte integral de la labor para lograr un nuevo orden económico internacional. Consideramos que dicho nuevo orden de la comunicación y la información sería una de las manifestaciones contemporáneas más vívidas de los ideales de justicia, independencia e igualdad entre hombres y naciones".[5]

Entre las recomendaciones de la Conferencia, se debe hacer mención especial a la Recomendación Nº 8, que dice:

> En consideración a que la planificación es un proceso esencial para lograr el crecimiento social y económico proyectado y deseado, y en reconocimiento de que la comunicación desempeña un papel vital en informar, educar y motivar a las personas a alcanzar las metas de desarrollo planificado, [la Conferencia] recomienda a los Estados Miembro de Asia y Oceanía que traten al sector de la comunicación no sólo como un apoyo para el desarrollo, sino también como parte integral del plan de desarrollo mismo, y aporten los recursos necesarios para el desarrollo planificado del sector de comunicación, con miras a lograr que se rindan plenamente los frutos del plan de desarrollo general.[6]

1980: Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en África (Yaoundé, Camerún).

Declaración:

- "[...] la solución a los problemas de comunicación no se puede reducir a la simple transferencia de tecnología o a una mera redistribución de los recursos, aunque para África y el mundo estas medidas forman parte esencial de un nuevo orden de la información y comunicación. La solución a nuestros problemas sigue vinculada íntimamente a la defensa de las libertades fundamentales de las personas y los pueblos —todos los pueblos— y, especialmente, aquellos que continúan siendo los menos favorecidos".
- "El éxito del desarrollo en los países africanos dependerá cada vez más de la autosuficiencia colectiva. Esta política, basada en una mayor confianza en los recursos internos y su capacidad de innovación, es la única proyectada para reducir la dependencia excesiva respecto del mundo exterior. Esto es cierto tanto en la política como en la cultura, y tanto en la economía como en la comunicación".[7]

1980: Conferencia General de la UNESCO (Belgrado), en la cual se presentó el Informe Final de la Comisión Internacional para Estudio de los Problemas de la Comunicación (la *Comisión MacBride*) y se dio un mayor impulso al concepto de un nuevo orden mundial de la información y comunicación.

a. Este nuevo orden mundial de la información y la comunicación podría basarse, entre otras consideraciones, en:

   i. la eliminación de los desequilibrios y desigualdades que caracterizan a la situación actual;
   ii. la eliminación de los efectos negativos de ciertos monopolios, sean públicos o privados, y las concentraciones excesivas;
   iii. la eliminación de los obstáculos internos y externos para el flujo libre, más amplio y mejor equilibrado de la diseminación de información y las ideas;
   iv. una pluralidad de fuentes y canales de información;
   v. la libertad de prensa y de la información;
   vi. la libertad de los periodistas y todos los profesionales de los medios de comunicación, una libertad inseparable de la responsabilidad;
   vii. la capacidad de los países en vías de desarrollo de mejorar sus propias circunstancias, particularmente mediante el suministro de equipo propio, la capacitación de su personal, la mejora de sus infraestructuras y la adecuación de sus medios de información y comunicación a sus necesidades y aspiraciones;
   viii. la voluntad sincera de los países desarrollados de ayudarlos a alcanzar estos objetivos;
   ix. el respeto de la identidad cultural de cada pueblo y el derecho de cada nación de informar al público mundial acerca de sus intereses, sus aspiraciones y sus valores sociales y culturales;
   x. el respeto del derecho de todos los pueblos de participar en los intercambios internacionales de información sobre una base de igualdad, justicia y beneficio mutuo;
   xi. el respeto del derecho del público, de los grupos étnicos y sociales y de los individuos a tener acceso a las fuentes de información y a participar activamente en el proceso de comunicación.

b. Este nuevo orden mundial de la información y la comunicación se debe basar en los principios fundamentales del derecho internacional, tal como se plasman en la Carta de la Organización de las Naciones Unidas.

Notas

1 *The United States and the Debate on the World "Information Order"*. Washington, D. C., USICA, 1979, p. 20-21.

2 Documentos de la Cuarta Conferencia de Países No Alineados. Argelia, 1973. Programa de Acción para la Cooperación Económica.

3 Documentos de la Quinta Conferencia de Jefes de Estado o de Gobierno de los Países No Alineados. Colombo, 1976. Declaración Política.

4 Para adquirir una mayor perspectiva de su contenido, véase el informe final de la Conferencia, documento de UNESCO COM/MD/38, París, octubre de 1976. La naturaleza de la presión política que se manifestó respecto de esta conferencia se puede detectar en la relación hecha por Rosemary Righter: "Estas reuniones (reuniones preparatorias en Bogotá y Quito) y la Conferencia de Costa Rica estaban destinadas explícitamente a establecer el patrón para los planes de largo plazo de UNESCO de fomentar las comunicaciones nacionales que, señala el texto de trabajo de Costa Rica, 'fortalecería la soberanía nacional en todos sus aspectos, particularmente con respecto a la cultura'. [...] Se había previsto que Quito también fuera la sede de la Conferencia Intergubernamental, pero ante los informes que circulaban sobre las reuniones preparatorias y la agenda provisional de la Conferencia de Quito que se emitió en marzo de 1976, la Asociación Interamericana de Prensa y otras organizaciones lanzaron una campaña en contra de las políticas de UNESCO y de la conferencia misma. La Asociación Interamericana de Radiodifusión y IAPA emitieron una declaración conjunta el 27 de abril en la que afirmaban que la conferencia se oponía a la constitución de UNESCO y la de muchos países participantes. Ecuador retiró su invitación y la conferencia se trasladó a San José". (Righter, Rosemary (1978). *Whose News?* London, Burnett Books, p.153-154.) Véase también Salinas Bascur, Raquel "New Agencies and the New Information Order" (la cobertura de Associated Press de la Conferencia Intergubernamen-

tal sobre Políticas de Comunicación en América Latina y El Caribe celebrada en Costa Rica en julio de 1976) en Varis, Tapio, Raquel Salinas y Renny Jokelin (1977) "International News and the New Information Order" en *Institute of Journalism and Mass Communication Reports* Nº 39, Tampere.

5 Informe final, documento UNESCO CC/MD/42, París, junio de 1979, p. 31-34.

6 Íd., p. 38-39.

7 Declaración de Yaoundé, artículos V y VI, 1980.

La comunicación y el desarrollo: el ocaso del paradigma dominante

Everett M. Rogers

Probablemente el libro de mayor influencia en la comunicación y el desarrollo sea *Mass Media and National Development* (Los medios masivos y el desarrollo nacional) de Wilbur Schramm. Cuando apareció en 1964, los científicos sociales creían entender la naturaleza del desarrollo y el papel de la comunicación en el desarrollo. La siguiente década demuestra que nuestra concepción del desarrollo era bastante limitada y, tal vez, no del todo correcta. Hoy en día vemos que las nociones pasadas no encajan totalmente con la realidad y el potencial del escenario actual.

En el presente texto voy a (1) describir el viejo concepto de desarrollo y contrastarlo con algunas alternativas emergentes y (2) presentar nuestra anterior concepción de la comunicación en el desarrollo y contrastarla con algunos de los papeles de la comunicación en los modelos de desarrollo emergentes.

El paradigma dominante del desarrollo[1]

Hasta fines de la década de 1960, un paradigma dominó las definiciones y debates intelectuales sobre el desarrollo y los programas nacionales de desarrollo dirigido. Este concepto surgió de determinados sucesos históricos tales como la Revolución Industrial en Europa y Estados Unidos; la experiencia colonial en América Latina, África y Asia; el empirismo cuantitativo de las ciencias sociales en Norteamérica; y, la filosofía económica y la política del capitalismo. Había numerosos supuestos implícitos en el paradigma dominante que comúnmente se consideraban válidos o, en todo caso, no fueron ampliamente cuestionados hasta aproximadamente la década de 1970.

Las definiciones de desarrollo se centraban en el criterio de la tasa de crecimiento económico. El nivel de desarrollo nacional en cualquier momento dado era el producto interno bruto (PIB) o, dividido entre la población total de un país, el ingreso per cápita. Aunque existía cierta incomodidad intelectual con el uso del ingreso per cápita como índice principal del desarrollo, especialmente entre no economistas, las medidas y definiciones alternativas de desarrollo tenían relativamente pocos partidarios.

¿Cuáles fueron las principales influencias académicas e históricas en el antiguo concepto de desarrollo?

1. *La Revolución Industrial*, usualmente acompañada por la colonización extranjera y la urbanización interna durante la segunda mitad del siglo XIX. El rápido crecimiento económico durante este periodo en Europa y Estados Unidos (y nuevamente en Europa después de la Segunda Guerra Mundial) implicaba que tal crecimiento era el desarrollo, o por lo menos el motor del desarrollo. La industrialización fue vista como el camino principal al desarrollo. Por ello, los planificadores aconsejaban a los países menos desarrollados (que solían denominarse "no desarrollados" en las décadas de 1950 y 1960) a industrializarse: fundiciones de acero, centrales hidroeléctricas e industrias manufactureras. El desarrollo agrícola no era prioritario.

   El antiguo paradigma destacaba el crecimiento económico por medio de la industrialización como la clave del desarrollo. El núcleo de la industrialización era la tecnología y el capital, que sustituían a la mano de obra. Esta síntesis sencilla del desarrollo puede haber sido una lección bastante acertada a partir de la experiencia de la Revolución Industrial en Europa occidental y Norteamérica. Que pudiese aplicarse adecuada y exitosamente en escenarios socioculturales muy diferentes, tales como los de los países en desarrollo, en los que la mano de obra por lo general no escaseaba, parecía una hipótesis probable en la década de 1950 y, de hecho, fue ensayada en gran escala. «Democracia, capacitación, fábricas modernas, más dinero, estas palabras resumen las principales políticas de desarrollo de las democracias occidentales» (Owens y Shaw 1974).

   Lo que ocurrió en los países occidentales en cuanto a su camino al desarrollo no necesariamente vaticinaba con acierto lo que sucedería con el proceso en los países no occidentales. Por ejemplo, la transformación socioeconómica de muchos países europeos se apoyó

Extracto de Pavlic, Breda y Hamelink, Cees J. (1985). *The New International Economic Order: Links between Economics and Communications*. París, UNESCO. Reproducción autorizada por la editorial.

(Información editada por Maider Iriarte)

Desde lo lineal hasta lo complejo

Juan Díaz Bordenave

Extracto de *La comunicación de las innovaciones agrícolas en América Latina. La necesidad de nuevos modelos*

Del mismo modo como la ciencia aeronáutica evolucionó del concepto del motor lineal hasta la idea del motor circular de combustión, luego el turbo-propulsor y más recientemente la era del *jet*, la ciencia de la comunicación ha evolucionado también desde un concepto lineal de la información y su influencia directa, a una mirada más compleja de la comunicación como un componente social dinámico.

Díaz Bordenave, Juan (1976). "Communication of agricultural innovations in Latin America. The Need for New Models" en SAGE, *Communication Research*, Vol. 3, Nº 2.

significativamente en la explotación de sus colonias. Evidentemente, los estados contemporáneos de América Latina, África y Asia no tienen colonias (aunque pueden tener una o varias regiones internas que sirven como colonias económicas para otra parte del país).

2. *Tecnología intensiva en capital*. Los países más desarrollados poseían esa tecnología. Las naciones menos desarrolladas, en menor grado. Parecía bastante sencillo: al introducir la tecnología en los países menos desarrollados, éstos también se volverían relativamente más desarrollados. Se presumía que una tecnología social adecuada aparecería para acompañar a la tecnología material introducida desde fuera. Cuando las estructuras sociales necesarias no siempre se materializaban en los países menos desarrollados, se echó la culpa a la forma de pensar, las creencias y los valores sociales "tradicionales". La investigación en las ciencias sociales se orientaba a identificar las variables individuales que necesitaban ser rápidamente transformadas, y la modernización de los individuos apegados a sus tradiciones se convirtió en una misión prioritaria de diversos organismos gubernamentales, una actividad que utilizó ampliamente los medios de comunicación de masas.

Evidentemente, se requería de una elevada inversión de capital en tecnología, que debía ser provista por los gobiernos nacionales, los empresarios locales, a través de préstamos internacionales y mediante las actividades de las empresas multinacionales (que solían ser de propiedad de los países industrialmente avanzados que las controlaban). Gradualmente, los países recientemente independizados comenzaron a darse cuenta de que la libertad política es distinta de la independencia económica. El fin del colonialismo no marcó necesariamente el fin de la dependencia financiera respecto de los países industrialmente avanzados. En muchos casos, reforzó esa dependencia. Una de las razones fue la tecnología intensiva en capital, incluido el armamento militar.

3. *El crecimiento económico*. Se asumía que el "hombre" (todos los hombres en realidad) era económico, que respondería racionalmente a los incentivos económicos y que la motivación de las ganancias sería suficiente para motivar los amplios cambios de comportamiento a gran escala que el desarrollo demandaba. Los economistas llevaban la batuta en los programas de desarrollo. Definían el problema del subdesarrollo principalmente en términos económicos y, a su vez, esta perspectiva de que el problema era uno de naturaleza predominantemente económica hizo que los economistas tuvieran y mantuvieran el control.

La planificación centralizada del desarrollo tuvo amplia acogida como un medio legítimo y razonable con el que un país debía trabajar por los objetivos de desarrollo.[2] Casi todos los países en Asia, África y América Latina crearon una comisión nacional de desarrollo durante las décadas de los 1950 y 1960. Por lo general, banqueros y economistas fueron designados a estas comisiones. Los planes quinquenales de desarrollo se elaboraban para servir de guía a las actividades de desarrollo económico de los gobiernos nacionales. Cuando eran invitados, los organismos internacionales brindaban asistencia técnica a los planificadores. El "Grupo consultivo para el desarrollo" de Harvard estaba dispuesto a ayudar. Y el Banco Mundial. Más economistas y más banqueros junto con los supuestos sobre la racionalidad económica que se esperaba del "hombre".

El acento en el crecimiento económico llevaba consigo un "sesgo agregado" sobre el desarrollo: que debía ser planificado y ejecutado por los gobiernos *nacionales*. Por supuesto, las comunidades locales serían transformadas en algún momento por este desarrollo, pero se pensaba que su progreso dependía de que recibieran información y recursos de niveles superiores. El desarrollo autónomo se consideraba improbable o imposible. En todo caso, parecía muy lento.

Más aún, se pensaba que el crecimiento era infinito. Se consideraba alarmistas a los escasos observadores que señalaban que las existencias de carbón, petróleo o algún otro recurso se agotarían en algún momento, y se les decía que se crearían nuevas tecnologías para compensar la futura escasez. Más y más grande era lo mejor. No fue sino hasta comienzos de la década de 1970 que el libro de Meadows y otros (1972), *The Limits to Growth* (Los límites al crecimiento) retó a los entusiastas del crecimiento infinito y se comenzó a escuchar a los defensores de las políticas de no crecimiento.

4. *Cuantificación*. Una razón para depender de los ingresos per cápita como índice principal del desarrollo era la engañosa sencillez del indicador. La expresión "calidad de vida" rara vez fue utilizada hasta fines de la década de 1960 (no recuerdo haberla escuchado hasta entonces en el contexto del desarrollo). Parecía razonable que si no se podía medir y cuantificar una dimensión del desarrollo en números, entonces probablemente no existía. Aun si existiera, no debía ser muy importante. Así parecía hasta la Conferencia sobre el Medio Ambiente Humano de Estocolmo en 1972.

Más aún, la cuantificación del desarrollo apelaba a una perspectiva de muy corto plazo de 10, 20 ó 25 años cuando mucho. El desarrollo era hoy. Se olvidaba fácilmente que la India, China, Persia y Egipto eran centros de civilización muy antiguos, cuyas culturas habían sentado las bases de las culturas occidentales contemporáneas. Esas antiguas culturas, ahora pobres (en un sentido monetario), y aunque su vida familiar demostrara una intimidad más cálida y sus triunfos artísticos fueran mayores, eso no era desarrollo. No podía ser medido en dólares y centavos.

El motor de la cuantificación del desarrollo como producto y extensión del empirismo de las ciencias sociales norteamericanas ayudó a definir qué era y qué no era el desarrollo. El bienestar material era mensurable pero los valores como la dignidad, la justicia y la libertad no se podían medir con el rasero de dólares y centavos. Por ello, el significado del desarrollo comenzó a tener una naturaleza un tanto deshumanizada. Se pensaba que la estabilidad y la unidad política eran necesarias para el crecimiento económico y el liderazgo autoritario aumentó, muchas veces en la forma de dictaduras militares. En la lucha por la estabilidad del gobierno, las libertades individuales fueron en muchos casos pisoteadas.

Más aún, lo que *sí* se cuantificaba del desarrollo era solamente el crecimiento, medido sobre la base del valor agregado o per cápita. Las políticas de desarrollo de las décadas de 1950 y 1960 prestaban poca atención a la *equidad* de los beneficios del desarrollo. La mentalidad de "el crecimiento primero y la equidad después" muchas veces fue justificada por la teoría de que, luego de su propio progreso, los sectores dominantes extenderían sus ventajas a los sectores rezagados. En todo caso, se pensaba que las desigualdades en los ingresos eran incentivos para el trabajo y el sacrificio, y una fuerza motivadora para que los individuos invirtieran en una larga educación formal para ellos o para sus hijos.

No fue sino hasta mucho después, en la década de 1970, que el enfoque de la cuantificación comenzó a desplazarse hacia medidas de *equidad* en la distribución. Índices de Gini. Tasas de desempleo. Consideración de las brechas cada vez mayores.

Críticas al paradigma dominante del desarrollo

En suma, el antiguo paradigma implicaba que la pobreza equivalía al subdesarrollo. Y la manera evidente para que los países menos desarrollados se desarrollaran era que se parecieran más a los países desarrollados.[3]

Era menos obvio que los países industrialmente avanzados controlaban en gran parte las "reglas del juego" del desarrollo; que la mayor parte de los académicos que escribían sobre el desarrollo eran occidentales; que las balanzas de pagos y los tipos de cambio se definían principalmente en Nueva York, Londres y Washington; que los países ricos patrocinaban los programas de asistencia técnica y que hacían que sus destinatarios fueran aún más dependientes de sus donantes. Algún tiempo tomó que estas lecciones graduales surgieran y fueran interiorizadas por el pensamiento intelectual.

El etnocentrismo intelectual

Los escritos teóricos sobre la modernización en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial generalmente seguían una lógica de "acusación individual" y posiblemente fueron demasiado estrechos en un sentido cultural. Algunos ejemplos son las obras de Walt Rostow (1961), Everett Hagen (1962) y David McClelland (1961), todos más o menos basados en los escritos anteriores de Max Weber. Los teóricos más importantes eran occidentales y, en muchos casos, partían de bases de datos bastante inadecuadas para apoyar sus conceptualizaciones. Portes (1973) criticó ese sesgo occidental y la tendencia a la inculpación individual: «Yo creo que hay un trasfondo profundamente etnocéntrico en las caracterizaciones que hacen los hombres modernos en los países subdesarrollados. Una descripción invariablemente positiva evidentemente tiene algo que ver con cuánto se asemejen esos individuos a los valores y la imagen que los investigadores tienen de sí mismos». Muchos economistas han insistido en que su disciplina consiste en un cuerpo universalmente válido de teoría aplicable a todos los casos. Uno podría hacerse la pregunta retórica de cuán distinta sería la teoría económica si Adam Smith hubiera sido chino o sikh. «Los teóricos de la economía, más que los científicos sociales, han estado dispuestos durante mucho tiempo a llegar a proposiciones generales y luego postularlas como si fueran válidas para todos los tiempos, lugares y culturas» (Myrdal, 1968).

Después de examinar la historia y la naturaleza del paradigma dominante y contrastarlo con la realidad del desarrollo en Asia, Inayatullah (1975, 1976) concluye que: «La teoría occidental del desarrollo [...] no es un marco intelectual adecuado [...] dado que sufre de un énfasis excesivo en el papel de los factores internos de las sociedades asiáticas como causas del subdesarrollo y excluye los factores externos».

El continuo subdesarrollo se atribuía a las formas de pensar y actuar "tradicionales" de la masa de individuos de los países en desarrollo. La ruta a la modernización era transformar a la gente e implantarle nuevos valores y creencias.

El paradigma dominante buscó explicar la transición de las sociedades de tradicionales a modernas. En la década de 1950, los sistemas tradicionales eran los países de América Latina, África y Asia. Todos eran relativamente pobres, con un PIB promedio de menos de una quinta parte del de los países desarrollados de Europa y Norteamérica. Casi todos eran ex colonias (los países africanos y asiáticos más recientemente), y la mayoría aún dependían fuertemente de los países desarrollados para el comercio, la tecnología y, en muchos casos, respecto de su idioma nacional, vestimenta, instituciones y otros elementos culturales. Parecía que los países en desarrollo eran menos capaces de controlar su entorno y más propensos a verse fácilmente influenciados por disturbios imprevistos en sus entornos. En diversos sentidos, los países en desarrollo parecían ser de alguna manera "inferiores" a los países desarrollados, pero, por supuesto, con la esperanza de tener el potencial para ponerse al día en su desarrollo general. Los países desarrollados occidentales eran vistos como el ideal al que los Estados en desarrollo debían aspirar.[4] El desarrollo de las sociedades tradicionales hacia sociedades modernas era una extensión intelectual contemporánea de la evolución social darwiniana.

Redefiniendo las causas del subdesarrollo

Los modelos occidentales de desarrollo daban por sentado que las causas principales del subdesarrollo se encontraban dentro del país subdesarrollado y no fuera de él. Las causas se atribuían a (1) la culpa de los individuos[5] (los campesinos eran tradicionales, fatalistas y generalmente apáticos frente a las innovaciones tecnológicas) o (2) la estructura social del país (por ejemplo, una burocracia gubernamental enmarañada, un sistema inequitativo de tenencia de la tierra, etc.). Era improbable que los modelos intelectuales occidentales del desarrollo, así como los programas euroamericanos de asistencia técnica que se basaban en ellos, reconocieran la importancia de las limitaciones externas al desarrollo nacional: los términos internacionales del intercambio comercial, el imperialismo económico de las empresas internacionales y la vulnerabilidad y dependencia de los receptores de los programas de asistencia técnica. El paradigma dominante culpó del subdesarrollo únicamente a los países en desarrollo, y no a los desarrollados o, por lo menos, no a ambos.

Durante las décadas de 1950 y 1960 este supuesto sobre la imputación de la culpa fue ampliamente aceptado no sólo en Euro-América, sino también por la mayor parte de los gobernantes y muchos científicos sociales de América Latina, África y Asia. Muchos de estos últimos fueron educados en Estados Unidos o Europa, o por lo menos lo habían sido sus profesores. Y las elites de poder de los países en desarrollo muchas veces fueron convencidas, por los organismos internacionales de asistencia técnica o por las empresas multinacionales, de la supuesta "culpa interna".

En la época de 1950 a 1970 el poder internacional estaba concentrado en manos de Estados Unidos y esto ayudó a mantener la atribución causal de la culpa interna en las iniciativas internacionales en el campo del desarrollo, y a reforzarla como supuesto. Cuando se comenzó a resquebrajar el predominio estadounidense del poder mundial en la década de 1970 (por lo menos en la Asamblea General de la ONU), también se resquebrajó la fe en el paradigma dominante del desarrollo. El "chantaje del petróleo" sobre Euro-América después de la Guerra de Yom Kippur en 1973 no sólo redistribuyó millones de dólares de los países desarrollados a los países en desarrollo, sino que demostró dramáticamente que los países en desarrollo podían redefinir la situación social de las finanzas internacionales. Entonces, ¿por qué no redefinir la definición de las causas del subdesarrollo? Primero en la Conferencia sobre el Medio Ambiente Humano de Estocolmo en 1972 y luego en la Conferencia Mundial de Población en 1974, los delegados de los países en desarrollo comenzaron a colaborar en la redefinición del problema del subdesarrollo a fin de que sus causas fueran vistas como externas a ellos, *además de internas*.

Tecnología pequeña y economistas radicales

«En los países pobres los planificadores occidentales o educados en Occidente han sido formados para pensar que las operaciones a pequeña escala y con mucha mano de obra son ineficientes: un tipo de inversión que retrasa el crecimiento económico» (Owens y Shaw). No obstante, también estos presupuestos del paradigma dominante sobre la centralidad de la tecnología comenzaron a ser cuestionados. En China, por ejemplo, la filosofía maoísta es «no dejar a las máquinas y sus burocracias controlar a los hombres, sino insistir en que la tecnología sirva a los hombres y sea controlada por ellos» (Rifkin 1975). Se esperaba originalmente que la Revolución Verde fuera una suerte de máxima expresión de la aplicación de las soluciones técnicas a los problemas sociales humanos. De

hecho, trajo consigo aumentos impresionantes en la producción de trigo y arroz en Pakistán, India y Filipinas. Sin embargo, también profundizó la brecha socioeconómica entre los agricultores más pequeños y más grandes, y entre el gobierno y el público. Muchos arrendatarios y trabajadores agrícolas sin tierra fueron desplazados por tractores y maquinarias agrícolas que los agricultores más grandes comenzaron a comprar. ¿A dónde podían ir estos pobladores rurales pobres? Únicamente a las ciudades ya sobrepobladas. De esta manera, la Revolución Verde ayudó a demostrar que «las semillas mejoradas no pueden resolver el problema de los agricultores no mejorados» (Owens y Shaw).

El economista inglés E. F. Schumacher (1973) lanzó un ataque contra la alta tecnología en su libro *Small Is Beautiful* (Lo pequeño es hermoso), en el que recomendaba la "tecnología intermedia" como una mejor contribución al desarrollo en América Latina, África y Asia. Hacia comienzos de 1976, la idea de Schumacher parecía comenzar a extenderse en muchos países donde se crearon grupos de tecnología intermedia para adaptar las herramientas y métodos científicos a la cultura local.

Otros economistas también criticaron el paradigma dominante en la década de 1970, especialmente su presupuesto de una "teoría lineal de componentes ausentes" (tales como el capital, el cambio de divisas, habilidades o administración), como la propuesta por Rostow (1961). Muchos de estos economistas-críticos recomendaban alguna versión de una teoría del neocolonialista/imperialista cultural del subdesarrollo, acompañada por un cuestionamiento de qué constituye el significado y la medida del desarrollo. Seers y Joy (1971) son representantes típicos de esta línea.

El más influyente de los economistas radicales es André Gunder Frank (1971), que se centra en el capitalismo como la principal causa de la explotación, la desigualdad y el subdesarrollo en general. «El capitalismo, mundial y nacional, ha producido el subdesarrollo en el pasado y aún lo genera en el presente». Aunque la exageración de Frank pueda estropear su mensaje, incluso críticos como Nove (1974) admiten que «muchos problemas de muchos países en desarrollo no son del tipo que las relaciones de mercado capitalistas "normales" puedan curar». Al liderar el ataque académico contra el anterior paradigma del desarrollo y proponer reemplazarlo con la "teoría de la dependencia" (es decir la dependencia de los países pobres respecto de los ricos y de las "colonias internas" respecto de los imperialistas urbanos) como explicación del subdesarrollo, Frank causó un considerable replanteamiento académico en torno al desarrollo. Y la tormenta aún no ha pasado. Sus escritos han cumplido una importante función de sensibilización, pese a que es difícil "probar" la teoría de la dependencia empíricamente, aun cuando ha sido puesta a prueba por sociólogos favorables a su punto de vista (Oxaal y otros 1975).

Caminos alternativos al desarrollo

A fines de la década de 1960 y en la década de 1970, varios acontecimientos mundiales se combinaron con las críticas intelectuales descritas y comenzaron a menoscabar la credibilidad del paradigma dominante.

1. El rechazo ecológico a la contaminación ambiental en los países desarrollados llevó a cuestionar si, después de todo, estos eran en realidad modelos tan ideales para el desarrollo. Los problemas de contaminación y las presiones de la sobrepoblación sobre los recursos disponibles ayudaron a crear dudas en torno a si el crecimiento económico ilimitado era posible o deseable, y si la alta tecnología era el motor más apropiado para el desarrollo.
2. La crisis mundial del petróleo demostró que ciertos países en desarrollo podían crear sus propias reglas del juego internacional e hizo que varios países en desarrollo se volviesen repentinamente ricos. Su salida de la pobreza nacional, aunque fuera en parte a costa de otros países desarrollados, fue una lección para sus vecinos en América Latina, Asia y África. Estos países ya no estaban dispuestos a aceptar los supuestos anteriores de que las causas del subdesarrollo eran principalmente internas.
3. La súbita apertura de las relaciones internacionales con la República Popular China permitió que el resto del mundo conociera los detalles de su camino al desarrollo. He aquí uno de los países más pobres y el más grande, que en dos décadas había creado un milagro de la modernización: un sistema de salud pública y planificación familiar envidiado por los países más ricos. Ciudadanos bien alimentados y vestidos. Más igualdad. Un envidiable estatus para las mujeres. Y todo esto se logró con muy poca ayuda extranjera y presumiblemente sin mucha competencia capitalista. China y, en menor medida, Cuba, Tanzania y Chile (a comienzos de la década de 1970), sugieren que deben existir alternativas al paradigma dominante.
4. Finalmente, y tal vez lo más convincente de todo, fue la desalentadora toma de conciencia de que el desarrollo no iba muy bien en los países en desarrollo que habían seguido estrictamente el paradigma. Como quiera que uno midiese el desarrollo, en la mayoría de los países de América Latina, África y Asia en los últimos 25 años nada había cambiado mucho. Más bien, la mayor parte de las iniciativas de "desarrollo" crearon más estancamiento, una mayor concentración de los ingresos y del poder, alto desempleo y escasez de alimentos. Si los programas de desarrollo del pasado son alguna muestra del paradigma intelectual en el que se basaron, entonces resulta que el modelo tiene graves deficiencias.

Elementos del nuevo desarrollo

De estos sucesos se llegó a la conclusión de que *hay muchos caminos alternativos al desarrollo*. Aunque su combinación exacta puede ser un poco diferente en cada país, algunos de los elementos principales de esta nueva concepción comenzaron a surgir.

1. *La igualdad en la distribución de la información, los beneficios socioeconómicos, etc.* Este nuevo énfasis en el desarrollo llevó al entendimiento de que los campesinos y los pobres de las ciudades debían ser la audiencia prioritaria de los programas de desarrollo y que la tarea primordial en muchos países era promover a los sectores marginales con el fin de cerrar las brechas socioeconómicas.
2. *La participación popular en la planificación y la ejecución del autodesarrollo, normalmente acompañada de la descentralización de algunas actividades hacia el nivel comunitario.* El desarrollo dejó de ser una mera función de lo que los gobiernos nacionales hacían por los campesinos, aunque se reconoció que alguna grado de asistencia pública era necesario incluso para el autodesarrollo local. Un ejemplo de ello es el "planeamiento grupal de los nacimientos" a nivel de aldeas en la República Popular China, donde los campesinos deciden cuántos bebés deben tener cada año y quiénes los deben tener. Otro ejemplo del desarrollo descentralizado se dio en Tanzania, donde las actividades de movilización social de los partidos políticos, el ejército y grupos de radioescuchas ayudan a la motivación masiva para la participación local en las actividades de desarrollo. Tal como señaló el presidente Julius K. Nyerere: «Si el desarrollo ha de beneficiar a las personas, ellas deben participar en la evaluación, planificación e implementación de sus planes de desarrollo» (en la Unión Africana Nacional Tanganyika, 1971). Las personas no pueden ser desarrolladas, sólo pueden desarrollarse a sí mismas. Esto se demostró no sólo en los

países comunistas y socialistas, sino también en escenarios tan capitalistas como Corea y Taiwán.

3. *La autosuficiencia e independencia en el desarrollo, con un énfasis en el potencial de los recursos locales.* La concepción de Mao Tse-tung del autodesarrollo nacional en China es una muestra de este punto de vista e incluye un rechazo a la ayuda internacional (luego de algunos años de asistencia de Rusia), así como la descentralización de ciertos tipos de desarrollo pasándolos al nivel comunitario (como se mencionó anteriormente). No sólo es posible rechazar la asistencia técnica internacional y binacional, sino también gran parte de los modelos externos de desarrollo, lo que lleva a una postura de que cada país, y tal vez cada aldea, puede desarrollarse a su manera. Si esto ocurre, los índices estándar de desarrollo evidentemente se vuelven inapropiados y, en gran medida, irrelevantes.
4. *La integración de los sistemas tradicionales y modernos, de manera que la modernización sea una sincretización de las ideas antiguas y nuevas, con la combinación exacta un tanto distinta en cada lugar.* La integración de la medicina china con la medicina científica occidental en la China contemporánea es un ejemplo de esta aproximación al desarrollo. Como la experiencia lo demuestra, la gente considera que la acupuntura y los antibióticos se combinan bastante bien. Tales intentos por superar la "falacia de los recipientes vacíos" recuerdan que la tradición actual es la modernidad de antaño. Hasta la década de 1970, el pensamiento en torno al desarrollo implicaba que las instituciones tradicionales habrían de ser sustituidas totalmente por sus contrapartes modernas. Tardíamente se reconoció que estas formas tradicionales podían contribuir directamente al desarrollo. «Los países africanos no deben imitar los patrones de desarrollo de los países industrializados, sino adoptar patrones de desarrollo adecuados a los patrones indígenas, tradicionales y culturales africanos» (Omo-Fadaka 1974).

El Cuadro 1 resume las alternativas emergentes al paradigma dominante de desarrollo y algunos de los posibles factores que condujeron a ellas.

Hacia mediados de los 1970 parecía acertado concluir que el paradigma dominante había "caducado", por lo menos como paradigma principal para el desarrollo en América Latina, África y Asia. Por supuesto que se seguía aplicando entusiastamente en algunos países, pero, aun así, con ciertas modificaciones importantes. El modelo chino, o por lo menos algunos de sus componentes, había sido (y seguía siendo) adoptado en otros lugares cuando las naciones estaban dispuestas a prescindir de ciertas ventajas de la democracia liberal debido al estricto control gubernamental que consideraban necesario para mantener el carácter de nación por encima de las facciones tribales, religiosas y regionales. Aunque Camboya, Vietnam y, tal vez, Tanzania se han visto influenciados por el camino chino al desarrollo, parecen estar lejos de ser copias exactas. Así, se pusieron de moda los modelos múltiples y variados de desarrollo.

¿Qué es el desarrollo?

De las diversas críticas al paradigma dominante creció un cuestionamiento del concepto de desarrollo, desde uno centrado en el crecimiento materialista y económico a una definición que suponía otros valores como el progreso social, la igualdad y la libertad, que debían ser determinados por las personas mismas en un proceso ampliamente participativo. Así, cada país podría seguir un camino ligeramente distinto hacia el desarrollo, dependiendo de a qué estilo de desarrollo exactamente se aspira. En ese sentido, el desarrollo es simplemente un fuerte cambio hacia el tipo de sistema social y económico que un país decide que necesita (Schramm y Lerner 1976). El desarrollo es el cambio hacia patrones

Cuadro 1

Elementos principales del paradigma dominante del desarrollo	Alternativas emergentes al paradigma dominante	Posibles factores que conducen a las alternativas emergentes
1. Crecimiento económico	1. Igualdad en la distribución	1. El "desaliento con el desarrollo" debido a la baja tasa de desarrollo económico durante las décadas de 1950 y 1960 2. Publicación del Informe Pearson 3. Una creciente falta de confianza en la teoría del "goteo" en la distribución de los beneficios del desarrollo
2. Tecnología o de capital intensivo	1. Preocupación por la calidad de vida 2. Integración de los sistemas "tradicionales" y "modernos" en un país 3. Mayor énfasis en las tecnologías intermedias y de trabajo intensivo (mano de obra)	1. Problemas de contaminación ambiental en Euro-América y Japón 2. Límites al crecimiento 3. La crisis energética tras la Guerra de Yom Kippur de 1973
3. Planificación centralizada	1. Autosuficiencia en el desarrollo 2. Participación popular en la planificación y ejecución descentralizada del autodesarrollo (por ejemplo, a nivel rural)	1. La experiencia de la República Popular China con el autodesarrollo descentralizado y participativo (conocido ampliamente en otros lugares después de 1971) 2. El "desaliento del desarrollo"
4. Causas del subdesarrollo principalmente internas	1. Causas internas y externas del subdesarrollo (que resulta en una redefinición del problema por parte de los países en desarrollo)	1. El auge del "poder del petróleo" en los años siguientes a la crisis del petróleo de 1973-1974 2. Cambios en el poder mundial que se reflejan en la votación en la Asamblea General y las Conferencias Mundiales de la ONU en Estocolmo, Bucarest y Roma 3. Críticas de economistas radicales como Frank y otros teóricos al paradigma dominante

de sociedad que permiten una mejor realización de los valores humanos, que permiten que la sociedad ejerza un mayor control sobre su medio ambiente y su destino político, y sus individuos adquieran un mayor control sobre sí mismos (Inayatullah 1967).

Resumimos estos conceptos más recientes de desarrollo como *un proceso ampliamente participativo de cambio social en una sociedad, cuyo objetivo es el progreso social y material (que incluye más igualdad, libertad y valores) de la mayoría de las personas a través del logro de un mayor control sobre su entorno* (Rogers, 1975b).[6]

Así, el concepto de desarrollo se ha ampliado y tornado más flexible a la vez que más humanitario en sus implicaciones.

La comunicación en el desarrollo

La aparición de alternativas al antiguo paradigma del desarrollo implicó que también el papel de la comunicación en el desarrollo debía cambiar. Antes se consideraba que la comunicación de masas desempeñaba un papel importante en el desarrollo, especialmente para transmitir información y mensajes persuasivos del gobierno al público de manera vertical y jerárquica.

Hace más o menos una década, se solía pensar que la comunicación de masas era una fuerza poderosa y directa para el desarrollo. «Era la presión de la comunicación que traía la caída de las sociedades tradicionales» (Pye 1963). La investigación sobre la comuni-

cación apoyaba en cierta medida esta postura. Un estudio temprano e influyente de Lerner (1958) sobre la modernización en el Medio Oriente llevó a los académicos de la comunicación a esperar que los medios masivos sean una especie de multiplicador mágico del desarrollo en otros países en desarrollo. Este periodo se caracterizó por un considerable optimismo en cuanto a la potencial contribución de la comunicación al desarrollo, lo que era coherente con una opinión optimista generalizada sobre las posibilidades de un desarrollo acelerado.

Evidentemente, los medios estuvieron en expansión durante las décadas de 1950 y 1960. La alfabetización crecía en la mayoría de los países en desarrollo, resultando en un mayor acceso a los medios impresos. La radio empezó a llegar a las aldeas. El paradigma dominante implicaba un flujo de comunicación primordialmente unidireccional, desde los organismos gubernamentales hacia la gente. Los medios masivos parecían ideales para esta función. Podían llegar a una gran audiencia con mensajes informativos y persuasivos sobre los detalles del desarrollo.

Varias investigaciones sobre la comunicación fueron puestas en marcha en diversos países en desarrollo; entre ellos mi encuesta en Colombia (Rogers 1965) y la de Fry (1964) en Turquía, que demostraron que el acceso a los medios masivos guardaba una estrecha correlación con variables individuales de modernización. Sin embargo, algunas de las pruebas más sólidas del impacto de los medios provinieron sin duda del estudio que Inkeles y Smith (1974) hicieron de seis países, concluyendo que: «Los medios masivos ocupaban el primer lugar, junto a la escuela y la fábrica, como inculcadores de la modernización a nivel individual».[7]

Los análisis correlativos de los datos de las encuestas sobre los medios masivos y la modernización no probaban exactamente que los primeros *causaban* los segundos, pero sí demostraban cierto grado de covarianza entre ambos conjuntos de variables. Sin embargo, otro tipo de diseño de investigación sobre la comunicación llevó más lejos a la evaluación del papel de la comunicación masiva en el desarrollo: el experimento de campo. Bajo este enfoque, era típica la introducción de algún canal de comunicación masiva en una pequeña cantidad de aldeas para luego evaluar sus efectos sobre el desarrollo a partir de la diferencia entre las medidas de referencia y de seguimiento. Por ejemplo, uno de los primeros y más influyentes de estos experimentos de campo fue dirigido por Neurath (1962) en la India para determinar la efectividad de los radioforos. Otros, de similar diseño, han sido realizados por estudiosos de la comunicación en América Latina, África y Asia. Una ventaja particular de los experimentos de campo es que sus resultados suelen ser relativamente visibles y más fáciles de implementar en programas de desarrollo de gran escala. Por ejemplo, el de Neurath tuvo como consecuencia directa la creación de un programa nacional de radioforos en la India.

Sin embargo, a comienzos de la década de 1960, pese a este número considerable de investigaciones, el poder relativo de los medios masivos para inducir al desarrollo era más supuesto que comprobado. Ciertamente, determinar el efecto de los medios en el desarrollo es un tema complicado. Las encuestas a la audiencia sobre los efectos de la comunicación y los experimentos de campo eran realmente reducidas en número y tamaño. Ante la falta de pruebas sólidas al respecto, había una tendencia a presuponer un papel poderoso de los medios masivos en el desarrollo. En realidad, esta "postura sobrevendida" era similar al modelo de "aguja hipodérmica" del impacto de los medios en Estados Unidos, una postura demasiado entusiasta que finalmente sucumbió a la investigación de corte empírico sobre la comunicación (Rogers y Shoemaker 1971).

Gradualmente, se llegó a entender que el papel de la comunicación masiva en la facilitación del desarrollo solía ser indirecto y solamente auxiliar, y no directo y poderoso. Pero esto variaba según las circunstancias, tales como los medios, los mensajes, la audiencia y la naturaleza de los efectos deseados.[8]

Críticas a la comunicación en el desarrollo

Hacia fines de las décadas de 1960 y 1970 se plantearon una serie de evaluaciones críticas del papel de la comunicación masiva en el desarrollo. Algunos académicos, especialmente en América Latina, percibían a los medios masivos en sus países como una extensión de las relaciones de explotación de las empresas multinacionales estadounidenses, especialmente a través de la publicidad de productos comerciales. Más aún, se plantearon preguntas acerca de los frecuentes patrones de propiedad y control por las elites de las instituciones de medios masivos en América Latina, y sobre la influencia de esa titularidad en los contenidos de los medios. La década de 1965-1975 trajo consigo una proliferación de dictaduras militares en América Latina, África y Asia, y estos gobiernos destacaron el papel propagandístico de los medios de comunicación de masas, mermando la confianza del público en ellos.

Los investigadores de la comunicación también comenzaron a cuestionar algunos de sus supuestos precedentes, volviéndose particularmente críticos de la anterior falta de atención a (1) los contenidos de los medios masivos, (2) la necesidad de cambios socioestructurales, además de la comunicación, para que el desarrollo ocurra, y (3) las deficiencias de la perspectiva clásica sobre la difusión de innovaciones, que se había vuelto una explicación importante del desarrollo a nivel micro.

Falta de atención a los contenidos de los medios

Demostramos anteriormente que la exposición de las personas a los medios masivos en los países en desarrollo estaba estrechamente asociada a la modernización, y que ésta se reflejaba en la adopción de actitudes y comportamientos modernos. Dado que se pensaba que los medios masivos generalmente transmitían mensajes pro desarrollo, esto parecía lógico (Rogers y Svenning 1969).

Sin embargo, se descubrió una extraña anomalía. Cuando se le preguntaba a la gente en los países en desarrollo que habían adoptado alguna innovación —por ejemplo un aerosol contra la maleza, una variedad nueva de cosecha o la planificación familiar— a través de qué fuentes/canales se habían enterado de la nueva idea, casi nunca mencionaban a los medios masivos. Los canales interpersonales con sus pares predominaban totalmente en la difusión de la innovación. Una posible explicación de esta anomalía parecía ser atribuible a los contenidos de los mensajes mediáticos que, tal como los estudios habían demostrado, rara vez transmitían mensajes específicos sobre la innovación (tales como qué es, dónde se obtiene y a qué precio, cómo se utiliza), aunque sí había mucho contenido que promovía el desarrollo nacional de manera general (una noticia sobre la construcción de una nueva carretera, el nombramiento de un nuevo ministro de agricultura, etc.). De esta manera, cuando se analizó el contenido de los medios, se descubrió que prestaba muy poca atención a las innovaciones tecnológicas que se difundían; solían difundirse más frecuentemente a través de la comunicación interpersonal (1) de los trabajadores gubernamentales del desarrollo hacia sus clientes, y (2) entre pares en la audiencia masiva.

Barghouti (1974) analizó el contenido de los medios impresos y electrónicos de Jordania y encontró que las «noticias sobre agricultura ocupaban un lugar insignificante entre las demás categorías de contenidos de los medios masivos». En cambio, había muchas noticias políticas. Encuestas a un grupo de agricultores jordanos indicaron que sólo el 9% mencionó a los medios masivos como su fuente de información agrícola, mientras que el 88% recibió de ellos su información política. El estudio de Barghouti demuestra la ventaja de combinar el análisis del contenido de los medios con una encuesta de

audiencia y sugiere la necesidad de mayor análisis del contenido de los mensajes mediáticos en los países en desarrollo a fin de entender cabalmente el papel de los medios en el desarrollo.[9]

La necesidad de comunicación y de cambios estructurales

Aun en la época del paradigma dominante se entendió que la contribución de la comunicación de masas al desarrollo muchas veces se veía limitada por la estructura social, la falta de insumos disponibles, etc. Evidentemente, el desarrollo necesitaba mucho más que comunicación e información. Pero por lo menos había alguna esperanza de que aumentando las expectativas de modernización del público, se ejercería presión para cambiar algunos de los factores que limitaban el desarrollo.

Hacia los 1970 se hizo evidente que los obstáculos estructurales al desarrollo muchas veces no cedían ante las influencias indirectas de los medios ni ante intervenciones aún más directas. Se comprendió que bajo tales condiciones, el papel de la comunicación en el desarrollo podría ser bastante menor de lo que se pensaba anteriormente. Por ello, la investigación de la comunicación se diseñó para determinar cuánto podía la estructura limitar los impactos de la comunicación de masas en el desarrollo. La investigación de Grunig (1971) sobre los agricultores colombianos es un ejemplo representativo de tales estudios. Grunig concluyó que «la comunicación es un factor complementario a la modernización y el desarrollo [...] puede tener poco impacto si no está precedida de cambios estructurales que den inicio al proceso de desarrollo». Estos estudios ayudaron a modificar las afirmaciones antes entusiastas de los estudiosos de la comunicación sobre el poder de los medios.

La difusión de las innovaciones y el desarrollo

Uno de los tipos más frecuentes de estudio de la comunicación en los países en desarrollo trataba, como ya se mencionó, el tema de la difusión de las innovaciones. En estas investigaciones se rastreaba a lo largo de un sistema la difusión de una idea percibida como nueva por el receptor (Rogers y Shoemaker 1971). La innovación era usualmente una idea tecnológica, de ahí que los antiguos estudios sobre la difusión encajaran bien con el énfasis en la tecnología y la comunicación vertical propio del paradigma dominante.

Durante la década de 1960 hubo un notorio aumento de estudios sobre la difusión en los países en desarrollo; estas investigaciones se interesaban particularmente por la difusión de las innovaciones agrícolas y los métodos de planificación familiar. De hecho, sólo en la India hubo aproximadamente 500 estudios sobre la difusión de la planificación familiar (Rogers 1973). Varios dejaban mucho que desear en cuanto a su rigor científico y la originalidad de su diseño.

Una serie de críticas a los supuestos y tendencias de los estudios sobre la difusión surgieron en los 1970: Marceau (1972), Grunig (1971), Golding (1974), Havens (1972) y Beltrán (1975), así como los artículos de Díaz Bordenave y Röling y otros. Estas críticas se centraron en el sesgo pro innovación de estos estudios y en la propensión de la difusión a ampliar las brechas socioeconómicas en una audiencia rural: a raíz de estas críticas abiertas se introdujeron modificaciones al modelo clásico de difusión y al diseño que se daba a las investigaciones (tales como un mayor uso de los experimentos de campo y del análisis de sistemas de redes), que se están ensayando ahora (Rogers 1973, 1976).

Tras un recorrido por veinte centros estadounidenses de investigación en comunicación, Nordenstreng (1968) criticó a los académicos norteamericanos por su «hiperciencia», que él atribuye al hecho de que «la investigación estadounidense en comunicación se ha desarrollado en un ambiente de conductismo y operativismo, que la hace correcta en cuanto a la metodología técnica, pero deficiente en productividad conceptual». Este comentario sobre la investigación en comunicación en Estados Unidos también podría ser aplicable a los estudios sobre la difusión, que solían ponerse indebidamente de parte de la fuente y "contra" el destinatario, tal vez como reflejo del modelo lineal y unidireccional de la comunicación y del enfoque de componentes mecánicos-atomistas de gran parte de la investigación en comunicación. Así, las modificaciones necesarias al modelo clásico de difusión —tales como una mayor preocupación por las brechas resultantes de los efectos de la comunicación y la importancia de la participación de la audiencia en el proceso de difusión— también pueden tener consecuencias para todo el campo de las comunicaciones.

Concepciones alternativas de la comunicación para el desarrollo

En esta sección describimos algunas de las tendencias actuales en las concepciones más recientes de la comunicación para el desarrollo: el autodesarrollo, la brecha en los efectos de la comunicación y las nuevas tecnologías de la comunicación.

Autodesarrollo

En el pasado la mayoría de los países implícitamente han definido el desarrollo en función de qué *hace el gobierno* a (*y para*) la gente. Las decisiones sobre las necesidades de desarrollo las tomaba el gobierno nacional en la capital y eran implementadas a través de programas de desarrollo realizados por empleados gubernamentales que contactaban al público (a nivel operativo) para informarle y persuadirle de que modifique algún aspecto de su conducta. Esta aproximación vertical al desarrollo implicaba un papel unidireccional de la comunicación: las fuentes eran los funcionarios públicos que buscaban informar y persuadir a una audiencia masiva de receptores.

En los últimos años, varios países (tales como la República Popular China, Tanzania, Corea del Sur y Taiwán) han reconocido la importancia del autodesarrollo en áreas y barrios suburbanos. En esta estrategia, algún tipo de grupo local pequeño (clubes de madres en Corea, asociaciones agrícolas en Taiwán, clubes de radioescuchas en Tanzania y las comunas y/o brigadas de trabajo en China) asume la responsabilidad principal de (1) decidir exactamente qué tipo de desarrollo es más necesario en su aldea o barrio, (2) planear cómo lograr esa meta de desarrollo, (3) obtener los recursos públicos o no gubernamentales que sean necesarios, y (4) llevar a cabo sus propias actividades de desarrollo. Las ventajas de este enfoque de autodesarrollo radican en que logran sus metas más frecuentemente que con el desarrollo vertical desde el gobierno; el costo para el gobierno (al que le faltan recursos suficientes en la mayoría de los países pobres) es mucho menor y más asequible; estas actividades de desarrollo son de naturaleza más flexible y más apropiada a las necesidades locales cambiantes debido a la descentralización de la planificación, toma de decisiones y ejecución.

Evidentemente, *el autodesarrollo supone un papel de la comunicación completamente distinto del que se le atribuía en la estrategia de desarrollo vertical propia del pasado.* Los sistemas locales solicitan al gobierno central información técnica sobre los problemas y posibilidades de desarrollo y sobre las innovaciones adecuadas, por lo que la función de los organismos gubernamentales de desarrollo básicamente es comunicar sus respuestas a estas demandas de origen local, en vez de diseñar y realizar campañas de comunicación verticales y unidireccionales. Los medios masivos pueden ser utilizados para brindar información a grupos locales sobre las necesidades que han expresado, y difundir innovaciones que puedan satisfacer algunas de ellas. Esta función comunicadora se refleja en las campañas de salud pública y de alimentos/agricultura destinadas a grupos de radioescuchas llevadas a cabo en Tanzania en 1974 y 1976, respectivamente. La segunda campaña, de un mes de duración, contó con la participación de 2,5 millones de campesinos en los grupos de radioescuchas , casi el 40% de la población adulta de Tanzania, mientras que la de salud

pública alcanzó a 2 millones de personas (Hall 1975, Dodds y Hall 1974). Ambas campañas condujeron a un significativo autodesarrollo a nivel rural. Por ejemplo, en la campaña de salud, en los radioforos se decidió construir letrinas, barrer las calles y caminos de las aldeas, cavar pozos y adoptar otras medidas sanitarias y de salud preventiva. Aunque los programas de radio (y materiales impresos relacionados) concentraron su atención en los problemas de salud y brindaron información sobre algunas maneras de resolverlos, cada uno de los aproximadamente 100.000 radioforos debatieron en torno a estos mensajes de los medios masivos, los aplicaron a las condiciones locales, decidieron qué actividades de salud deseaban realizar (si es que querían hacerlo) y las llevaron a cabo con poca asistencia directa del Ministerio de Salud Pública. Así, el papel de la comunicación masiva en el autodesarrollo es más flexible y complementario que en la estrategia común de desarrollo vertical, donde se les dice a los ciudadanos locales cuáles son sus problemas y se les convence de seguir ciertas líneas específicas de acción para resolverlos, usualmente dependiendo en gran medida del gobierno.

La comunicación masiva parece tener un carácter aun menos directivo en la asistencia a las actividades de autodesarrollo de los grupos de campesinos en Corea y China. Se han organizado clubes de madres en unas 24.000 aldeas de Corea del Sur. Originalmente, el gobierno ayudó a crearlos en 1968 para promover la difusión de la planificación familiar y distribuir anticonceptivos a los participantes. Se volvió típico que, tras varias reuniones, los clubes de madres comenzaran a dedicarse a tipos de actividades de grupo que les parecían necesarias: mejorar la nutrición, la producción y preservación de alimentos, la higiene, la salud infantil, los ahorros cooperativos, la igualdad de la mujer, etc. Una revista mensual que se envía a la líder de cada club de madres describe los logros del autodesarrollo de ciertos clubes ejemplares, inspirando a otros clubes a emprender mayores iniciativas de desarrollo (Kincaid y otros 1973, Park y otros 1974, Rogers 1975a).

De manera similar, en la República Popular China los medios masivos circulan información sobre los logros del autodesarrollo de una aldea en particular entre otros sistemas locales. Por ejemplo, la idea de la "planificación grupal de los nacimientos" (en torno a la cual todos los miembros de una comuna, brigada de trabajo o comité vecinal urbano se reúnen anualmente para evaluar su situación demográfica y decidir sus objetivos de fertilidad para el siguiente año, lo cual incluye cuáles padres tendrán o no tendrán hijos) empezó hacia 1971 en un sistema local (Chen y Miller 1975). Esta innovadora estrategia de planificación demográfica fue difundida mediante mensajes de radio y periódicos, se propagó rápidamente en toda China y ha sido ampliamente acogida. Se realizaron conferencias "punto a punto" a las que delegados de otras aldeas viajaban para observar la planificación grupal de los nacimientos, analizar sus principios rectores y luego regresar a su aldea o vecindario para debatir la adopción de la misma con sus vecinos. Igualmente, la idea de los "médicos descalzos" (asistentes no profesionales de salud/planificación familiar) empezó en una aldea y se difundió rápidamente, de manera horizontal, por todo el país (Chen 1973). El gobierno de Pekín apoyó sin dudarlo las iniciativas de los médicos descalzos y de la planificación grupal de los nacimientos, pero fueron difundidas e implementadas en gran parte por actividades de autodesarrollo con la colaboración directa de la comunicación masiva.

Los elementos clave de las estrategias de autodesarrollo aquí descritas son la participación, la movilización masiva y la eficacia grupal, con la responsabilidad principal del planeamiento para el desarrollo en el nivel local. *Las funciones principales de la comunicación masiva en tal autodesarrollo pueden resumirse como (1) brindar información técnica sobre los problemas y posibilidades de desarrollo y sobre innovaciones adecuadas para responder a las demandas locales, y (2) circular información sobre los logros del autodesarrollo de grupos locales para que otros similares puedan beneficiarse de la experiencia de los demás y tal vez se sientan desafiados a lograr un desempeño parecido.*

La brecha en los efectos de la comunicación

Se necesitan medios más apropiados y adecuados para evaluar la hipótesis de la brecha de la comunicación. Esta hipótesis fue planteada originalmente por Tichenor y otros (1970) para referirse a que un efecto de la comunicación masiva es agrandar la brecha del conocimiento entre dos categorías de receptores (de estatus económico alto y bajo). Se suele olvidar que la "brecha" fue propuesta inicialmente sólo como hipótesis y no como un hecho probado. Creo que hay que introducir varios cambios importantes en el planteamiento de la hipótesis de la brecha antes de que pueda ser probada adecuadamente.

(1) Debe considerar los efectos manifiestos de la comunicación en las *actitudes* y el comportamiento, además de sólo el "conocimiento"; por ello, propongo llamarla la hipótesis de la "brecha en los efectos de la comunicación".
(2) La hipótesis no debe limitarse a las iniciativas de los medios masivos, sino incluir también los efectos diferenciales de la comunicación interpersonal y los efectos conjuntos de los medios masivos y la comunicación interpersonal, medidos por un análisis de redes.
(3) Se necesitan más de dos categorías de receptores, y no se debe analizar la brecha sólo sobre la base de la variable del estatus socioeconómico.

Aunque las investigaciones pasadas sobre la hipótesis de la brecha en los efectos de la comunicación fueron notables por su naturaleza innovadora, se han visto un tanto afectadas por el hecho de que la hipótesis normalmente fue impuesta sobre datos que habían sido recopilados con otro fin. Idealmente, para probar la hipótesis de la brecha en los efectos de la comunicación, se preferiría:

(1) Que los datos fueran recopilados antes y después de un evento de comunicación (tal como una campaña) en un experimento de campo, en vez de usar los análisis principalmente correlacionales de datos de una encuesta aislada, como se ha hecho algunas veces en el pasado.
(2) Que los datos de seguimiento sean recopilados en diversos momentos para determinar si la brecha es un fenómeno de corto plazo.
(3) Que se incluya en el diseño un grupo de control para descartar los efectos de una brecha creciente que se debe a otras causas (además de la comunicación).
(4) Que los canales de comunicación interpersonal que conectan las categorías de receptores sean medidos y sometidos a análisis de redes para determinar los efectos de la interconexión de la audiencia en la modificación o magnificación de los efectos de brecha del evento principal de comunicación en estudio. Esencialmente, el análisis de redes busca explorar si un efecto "en cascada" va de una de las categorías de receptores a otra y en cuánto tiempo.

Es probable que no se hayan utilizado estas consideraciones metodológicas para probar la hipótesis debido al costo relativamente alto y al largo tiempo que supone hacerlo. Sin embargo, los artículos de Röling y otros, y Shingi y Mody demuestran que estos problemas se pueden superar.

Una función importante de la investigación así optimizada es la explicación que pueda brindar sobre por qué suele producirse la brecha en los efectos de la comunicación. Una posible explicación es que en muchos casos los que están "arriba", tal vez a consecuencia de haber ya obtenido su estatus superior original, son más receptivos a los mensajes orientados al cambio y, por tanto, responden más a ellos que los de "abajo". Además, los de "arriba" podrían tener más recursos disponibles que pueden utilizar para las innovaciones. Los grandes agricultores fueron los primeros en adoptar las semillas milagrosas de la Revolución Verde. Más aún, las fuentes o productores de los mensajes orientados al cambio normalmente eran más parecidos a los de "arriba" que a los de "abajo", por lo que los mensajes tienen efectos relativamente mayores sobre los primeros.

Finalmente, la falta de integración de los de "abajo" a las redes de comunicación interpersonal implica que los mensajes ni siquiera les llegan "por goteo".

Si la distribución equitativa de los beneficios socioeconómicos fuera en realidad una meta principal de las actividades de desarrollo, se podrían considerar las siguientes estrategias de comunicación para los países en desarrollo:

(1) El uso de los medios masivos tradicionales como canales creíbles para llegar a las audiencias más marginales.
(2) Identificar a los líderes de opinión entre el segmento más marginado de la audiencia total, y concentrar las iniciativas de desarrollo en ellos.
(3) Que los organismos de desarrollo seleccionen a asistentes para el cambio entre el segmento más marginado, para que sean semejantes al público con el cual desean comunicarse.
(4) Proveer mecanismos para que la audiencia marginal participe en la planificación y ejecución de las actividades de desarrollo y en la determinación de sus prioridades.
(5) Establecer organismos de desarrollo especializados que sólo trabajan con las audiencias marginales. Un ejemplo de ello es la Agencia de Desarrollo de Pequeños Agricultores de la India, que se fundó en 1970 para brindar información y crédito agrícola únicamente a pequeños agricultores.
(6) Producir y difundir mensajes de comunicación que, aunque sean redundantes para los de "arriba" debido a su efecto de "cielo raso", sean necesarios e interesantes para los de "abajo" (véase por ejemplo el estudio de Shingi y Mody).

Es necesario realizar un número bastante mayor de estudios sobre la brecha en los efectos de la comunicación. Ese trabajo recién comienza, pero por lo menos nos hemos comenzado a dar cuenta de que la brecha no siempre es inevitable.

La nueva tecnología de la comunicación y el desarrollo

¿Cuál es el potencial de las nuevas tecnologías de comunicación como la radiodifusión satelital, la televisión por cable o las computadoras, para facilitar el proceso de desarrollo en América Latina, África y Asia? Probablemente sea bastante limitado, por lo menos en el futuro inmediato de los próximos diez años, aunque la televisión satelital ya se transmite en la India de manera experimental y los sistemas de televisión satelital nacionales pronto se estrenarán en Irán e Indonesia.

Sin embargo, lo realmente novedoso de la tecnología para la comunicación no es la tecnología *per se*, sino la *tecnología social*: cómo se organizan y utilizan los nuevos dispositivos para la comunicación. Gran parte del efecto total de un sistema de comunicación se basa en un programa o *software*, en cómo se organiza la audiencia para recibir y debatir los mensajes y en cómo se retransmiten las reacciones de la audiencia a los comunicadores.

El rumbo de la investigación en comunicación

Los paradigmas más recientes de desarrollo tienen ciertas implicaciones para la investigación y las actividades de comunicación.

El papel de la investigación en el cambio y el desarrollo

Las instituciones de medios masivos pueden tender a alinearse junto al *establishment*, a estar de parte de las instituciones de la estructura social tradicional en la mayoría de los países. Por ello, la mayor parte del contenido de los mensajes no suelen estar diseñados para alterar radicalmente la estructura social existente en una sociedad. La comunicación masiva para el desarrollo normalmente adopta una estrategia de cambio gradual, en la que se promueve el cambio dentro de la estructura existente en vez de buscar alterar directamente las limitaciones estructurales al desarrollo. Esto se sostiene explícita o implícitamente en los textos de Beltrán, Díaz Bordenave y Whiting.

Algunos críticos radicales de las investigaciones sobre la comunicación sienten que también ellas tienden a estar de parte de la estructura social existente y reflejan principalmente la adhesión al cambio gradual. La mayor parte de la investigación actual requiere de un equipo de asistentes de investigación, costos considerables de recopilación de datos y un presupuesto significativo para el análisis computarizado de datos. El precio relativamente alto de la mayor parte de la investigación contemporánea sobre la comunicación podría influir en la naturaleza de tales investigaciones. Los fondos respectivos provienen de los gobiernos nacionales, fundaciones, grandes empresas o universidades. Rara vez proceden de los pobladores urbanos pobres o los campesinos, que son los destinatarios principales de las iniciativas para el desarrollo. Así, el patrocinio de la investigación tiende a influir en la comunicación para hacerla concentrarse en el estudio de una gama de problemas que reflejan las preocupaciones prioritarias del gobierno y no de la audiencia masiva, de las elites en lugar de la audiencia masiva, de las fuentes de la comunicación en vez de los receptores, y en la estructura social tradicional antes que en los intentos revolucionarios por alterarla.

Algunos estudiosos de la comunicación se han dado cuenta de este posible sesgo en sus investigaciones y han buscado lanzar proyectos de investigación que traten sobre temas especialmente beneficiosos para los sectores de la sociedad que no pueden financiar estudios por sí mismos. En fin de cuentas, este enfoque conlleva un mayor esfuerzo (que en el pasado) para liberar la elección de lo que habrá de estudiarse de la influencia de los que financian los estudios sobre la comunicación. Una forma de hacerlo es buscar diseños de muy bajo costo para liberarlos de posibles influencias de los patrocinadores.

Un ejemplo exitoso es un estudio descrito en un artículo de Prakash Shingi y Bella Mody, un experimento de campo sobre la capacidad de la televisión agrícola de cerrar la brecha en los efectos de la comunicación entre los agricultores privilegiados y marginados de la India. Shingi y Mody diseñaron un "experimento natural" en el que el tratamiento (dos programas de televisión) fue producido sin ningún costo para su estudio. La base de datos es bastante modesta (agricultores en sólo tres pueblos) y los autores recopilaron su propia información a través de entrevistas personales con los agricultores antes y después de las emisiones televisivas.

El presupuesto total del experimento de campo Shingi-Mody: aproximadamente US$ 70. Aunque podría haber costos adicionales escondidos (sus salarios por ejemplo), este experimento probablemente es una de las investigaciones de menor costo en el campo de la comunicación para el desarrollo, en que los presupuestos grandes son la norma. Otro ejemplo de una investigación de bajo costo es el estudio de Granovetter (1974) sobre la información laboral en un suburbio de Boston, cuyo presupuesto total fue de aproximadamente US$ 900.

Los experimentos de campo y la práctica actual

Además del costo y el financiamiento de la investigación de la comunicación, el tipo de diseño que se emplea también puede afectar cuán directa pueda ser la contribución de los resultados del estudio al cambio social y no a la reproducción de la estructura social existente. Niels Röling y sus coautores recomiendan diseños experimentales de campo antes que encuestas a fin de que los estudios de difusión realmente influencien las políticas de desarrollo para que se dirijan hacia estrategias de comunicación que estrechen la brecha.

La idea general es que *los experimentos de campo serán diseños de investigación más útiles para las futuras investigaciones sobre la comunicación si estudian cómo podría ser la comunicación para el desarrollo, en vez de sólo describir*

la "práctica actual" de las actividades de comunicación. En un campo en el que se están operando cambios importantes en la definición y comprensión del concepto de desarrollo, acompañados por cambios en los aspectos comunicativos del desarrollo, esperamos que el método de experimento de campo se vuelva más común de lo que ha sido en el pasado.

El uso de los diseños experimentales de campo por parte de los investigadores de la comunicación para estudiar los problemas del desarrollo acercó la investigación a los programas de desarrollo. Puso al académico de la comunicación en el papel de *diseñador* de comunicación/desarrollo, además de evaluador de la investigación.

Énfasis en las redes interpersonales

El análisis de redes es un tipo de investigación en la que los datos relacionales sobre los flujos o patrones de la comunicación son analizados usando las relaciones interpersonales como unidades de análisis (Rogers 1976). Su ventaja frente al más usual análisis monádico (en el que el individuo es la unidad de análisis) es que la estructura social puede superponerse a los flujos de comunicación para mejorar el entendimiento científico tanto de la estructura como de los flujos de mensajes.

En el pasado, la investigación de la comunicación identificaba a los líderes de opinión en una audiencia masiva e investigaba su papel en la transmisión interpersonal de los mensajes de los medios masivos. Sin embargo, hasta cuando los análisis de redes comenzaron a utilizarse, poco se podía dilucidar con exactitud sobre dónde obtenían el mensaje los líderes de opinión y exactamente a quiénes los transmitía cada uno.

Así, vemos que el ocaso del paradigma dominante trajo consigo nuevas y más amplias funciones para la comunicación en el desarrollo. La naturaleza exacta de estas nuevas concepciones se hará más clara recién en los próximos años, a medida que los estudios sobre la comunicación ayuden a iluminar los nuevos caminos hacia el desarrollo.

Notas

1 La siguiente sección es una adaptación de Rogers (1975b).

2 Una crítica a la planificación económica centralizada del desarrollo, a la luz de logros reales, apareció en un capítulo de Caiden y Wildavsky (1974) con el encantador título: "Planning Is Not the Solution: It's Part of the Problem" (La planificación no es la solución: es parte del problema).

3 Karl Marx dijo en *Das Kapital*: «El país más industrialmente desarrollado sólo le muestra al menos industrializado la imagen de su futuro». Lerner (1967) afirmó: «Ciertamente, el modelo occidental es un referente de base prácticamente inevitable para la planificación del desarrollo en Asia, dado que no hay otro modelo que sirva para este fin». Posiblemente este predominio del paradigma occidental del desarrollo era correcto. Lerner lo describió así.

4 Supuesto que fue criticado por Portes (1973): «La modernidad como consecuencia de las transformaciones estructurales de Occidente puede guardar poca relación o ser dañina para el desarrollo de los países del Tercer Mundo».

5 Caplan y Nelson (1973) sostienen que los científicos sociales son más propensos a aceptar una definición del problema social que investigan, fundada en una asignación individual de culpa, que una definición que culpa al sistema. Por ejemplo, el desempleo y la pobreza son consecuencias de la pereza y no de la falta de empleo y oportunidades.

6 Nótese cómo ha cambiado mi definición del desarrollo en los últimos siete años: «El *desarrollo* es un tipo de cambio social en el que se introducen nuevas ideas en un sistema social para producir mayores ingresos per cápita y niveles de vida a través de métodos de producción más modernos y una organización social mejorada» (Rogers y Svenning 1969).

7 En estas investigaciones, la modernización se consideraba la manifestación, a nivel individual, del desarrollo: «El hombre moderno es el ciudadano informado y participativo, tiene un sentido marcado de la eficacia personal, es altamente independiente y autónomo, y está listo para abrirse a nuevas experiencias e ideas» (Inkeles y Smith 1974).

8 Schramm (1964) hizo una lista muy citada de qué pueden y qué no pueden hacer los medios masivos en el desarrollo.

9 Golding (1974) también lo sugiere.

Bibliografía citada

Barghouti, S. M. (1974). "The role of communication in Jordan's rural development" en *Journalism Quarterly*, 51.

Beltrán S., L. R. (1975). "Research ideologies in conflict" en *Journal of Communication*, 25.

Caiden, N. y Wildavsky, A. (1974). *Planning and Budgeting in Poor Countries*. New York, Wiley.

Caplan, N. y Nelson, S. D. (1973). "On Being Useful: The Nature and Consequences of Psychological Research on Social Problems" en *American Psychologist*, 28.

Chen, P. (1973). "China's population program at the grass-roots level" en *Studies in Family Planning*, 4.

Chen, P. y Miller, A. E. (1975). "Lessons from the Chinese experience: China's planned birth program and its transferability" en *Studies in Family Planning*, 6.

Frank, A. G. (1971). *Capitalism and Underdevelopment in Latin America*. London, Penguin.

Golding, P. (1974). "Media role in national development: critique of a theoretical orthodoxy" en *Journal of Communication*, 24.

Granovetter, M. S. (1974). *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. Cambridge, Harvard University Press.

Grunig, J. E. (1971). "Communication and the economic decision-making processes of Colombian peasants" en *Economic Development & Cultural Change*, 18.

Havens, A. E. (1972). "Methodological issues in the study of development" en *Sociologia Ruralis*, 12.

Inayatullah (1976). "Western, Asian, or global model of development" en Schramm, W. y Lerner, D. (eds.) *Communication and Change in the Developing Countries: Ten Years After*. Honolulu, University of Hawaii/East-West Center Press.

Inayatullah (1975). "Transfer of Western Development Model to Asia and Its Impact". Informe. Kuala Lumpur, Asian Center for Development Administration.

Inayatullah (1967). "Toward a non-Western model of development" en Schramm, W. y Lerner, D. (eds.) *Communication and Change in the Developing Countries: Ten Years After*. Honolulu, University of Hawaii/East-West Center Press.

Inkeles, A. y Smith, D. H. (1974). *Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries*. London, Hainemann.

Kincaid, D. L. y otros (1973). "Mothers' Clubs and Family Planning in Rural Korea: The Case of Oryu Li". Informe. Honolulu, East-West Communication Institute.

Lerner, D. (1967). "International cooperation and communication in national development" en Schramm, W. y Lerner, D. (eds.) *Communication and Change in the Developing Countries: Ten Years After*. Honolulu, University of Hawaii/East-West Center Press.

Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York, Free Press.

Marceau, F. J. (1972). "Communication and development: a reconsideration" en *Public Opinion Quarterly*, 36.

Meadows, P. y otros (1972). *The Limits to Growth*. Cambridge, MIT Press.

Myrdal, G. (1968). *Asian Drama*. New York, Pantheon.

Neurath, P. M. (1962). "Radio rural forum as a tool of change in Indian villages" en *Economic Development & Cultural Change*, 10.

Nordenstreng, K. (1968). "Communication research in the United States: a critical perspective" en *Gazette*, 14.

Nove, A. (1974). "On reading Andre Gunder Frank" en *Journal of Developing Studies*, 10.

Omo-Fadaka, J. (1974). "Develop your own way" en *Development Forum*, 2.

Owens, E. y Shaw, R. (1974). *Development Reconsidered: Bridging the Gap Between Government and the People*. Lexington, Mass., Lexington Books.

Oxaal, I. y otros (1975). *Beyond the Sociology of Development: Economy and Society in Latin America and Africa*. London, Routledge & Kegan Paul.

Portes, A. (1973). "The factorial structure of modernity: empirical replications and a critique" en *American Journal of Sociology*, 79.

Pye, L. (1963). *Communications and Political Development*. Princeton, N. J., Princeton University Press.

Rifkin, S. B. (1975). "The Chinese model for science and technology: its relevance for other developing countries" en *Development & Change*, 6.

Rogers, E. M. (1976). "Where we are in understanding the diffusion of innovations" en Schramm, W. y Lerner, D.

(eds.) *Communication and Change in the Developing Countries: Ten Years After*. Honolulu, University of Hawaii/East-West Center Press.

Rogers, E. M. (1975a) "Network analysis of the diffusion of innovations". Presentado en el Mathematical Social Science Board Symposium on Social Networks. Dartmouth, New Hampshire.

Rogers, E. M. (1975b) "The anthropology of modernization and the modernization of anthropology" en *Reviews in Anthropology*, 2.

Rogers, E. M. (1973). *Communication Strategies for Family Planning*. New, York, Free Press.

Rogers, E. M. (1965) "Mass media exposure and modernization among Colombian peasants" en *Public Opinion Quarterly*, 29.

Rogers, E. M. y Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*. New York, Free Press.

Rogers, E. M. y Svenning, L. (1969). *Modernization Among Peasants: The Impact of Communications*. New York, Holt, Rinehart & Winston.

Rostow, W. W. (1961). *The Stages of Economic Growth*. New York, Cambridge University Press.

Schramm, W. (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford, Calif., Stanford University Press.

Schramm, W. y Lerner, D. (eds.) (1976). *Communication and Change in the Developing Countries: Ten Years After*. Honolulu, University of Hawaii/East-West Center Press.

Schumacher, E. F. (1973). *Small Is Beautiful: Economics as if People Mattered*. New York, Harper & Row.

Seers, D. (1963). "The limitations of the special case" en *Bulletin of the Oxford Institute of Economics and Statistics*, 25.

Seers, D. y Joy, L. (eds.) (1971). *Development in a Divided World*. London, Penguin.

Tanganyika African National Union (1971). *TANU Guidelines*. Dar es Salaam, Imprenta del gobierno.

Tichenor, P. J. y otros (1970). "Mass media flow, and differential growth in knowledge" en *Public Opinion Quarterly*, 34.

Rogers, E. M. (1976). "Communication and development: The passing of the dominant paradigm" en *Communication Research*, 3, abril. Reproducción autorizada.

La teoría de la comunicación y el desarrollo rural: una breve reseña

Extracto de *Comunicación y desarrollo rural*

Juan Díaz Bordenave

Se puede decir que cualquier intento de usar los medios de comunicación de masas para el desarrollo rural tiene un fundamento teórico. Es decir, que se basa en ciertos supuestos sobre cómo las personas adquieren, aceptan o rechazan la información, las ideas y las creencias, y sobre cómo usan sus conocimientos y actúan sobre la base de sus convicciones.

Asimismo, cada uno de estos esfuerzos presupone un concepto del desarrollo. Por ejemplo, el desarrollo es brindar tecnología a personas sin habilidades para que puedan volverse más productivas; para otros, es despertar el potencial intelectual o de toma de decisiones de los pobladores rurales para que puedan cambiar por sí solos la estructura misma de la sociedad.

Estos dos conceptos subyacentes, uno sobre la naturaleza de la comunicación y el otro sobre el desarrollo, están estrechamente vinculados.

El estudio teórico de la función de la comunicación en el desarrollo rural ha avanzado con el aumento del conocimiento empírico como resultado del descubrimiento de lo que funciona y lo que no funciona. Se han diseñado nuevos enfoques para superar las debilidades de los esfuerzos anteriores, y se ha intentado explicar por qué algunos fracasan y otros no.

El estudio teórico de la comunicación para el desarrollo rural también ha sido influenciado por la evolución de las ideas aceptadas sobre el desarrollo. No sólo se ha ocupado de cómo y por qué la comunicación contribuye a producir cambios; también ha tenido que tomar en cuenta los cambios de opinión sobre qué tipo de cambios debe promover el desarrollo rural.

Por ello, aunque los teóricos tienden a expresar sus puntos de vista en términos absolutos, no hay modelos teóricos absolutamente "correctos" o "incorrectos" de la comunicación para el desarrollo rural. Un modelo que parece funcionar en un tipo de situación de desarrollo puede no ser adecuado para otra. Hoy en día, los teóricos conocen mucho más sobre los entornos de comunicación rural que hace diez o veinte años; mañana tendrán que saber aún más.

A riesgo de un exceso de simplificación, intentaremos hacer una breve reseña histórica de las aproximaciones teóricas a la comunicación. Intencionalmente, no asignamos fechas a los diversos conceptos descritos ni intentamos documentar las afirmaciones que hacemos al respecto.

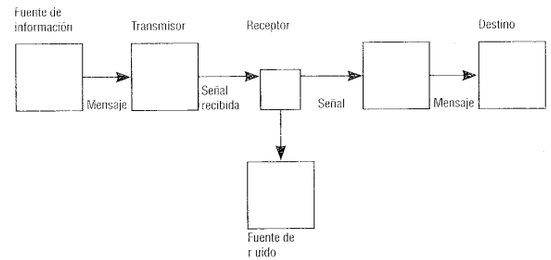
De la fuente al receptor: un camino de una sola vía

Hasta el Renacimiento, la preocupación central era el "contenido" o las "ideas". La forma en que se presentaban las ideas y los medios de difusión eran considerados menos importantes que las ideas mismas.

Con la invención de la imprenta por Gutenberg, el número de personas a las que éstas podían llegar e influenciar se incrementó considerablemente. Este hecho llamó la atención sobre los canales de la comunicación, particularmente los libros y, más adelante, los periódicos. Los libros fueron prohibidos, contrabandeados e incluso quemados. El periodismo adquirió prestigio como herramienta política y, con el tiempo, se volvió una profesión. Enfrentados a una gran audiencia, en vez de a unos cuantos privilegiados, los comunicadores refinaron el arte de la elaboración de mensajes y simplificaron el lenguaje pomposo y erudito anteriormente utilizado, para facilitar que el público aceptara sus ideas.

La comunicación recién se volvió un objeto de estudio científico cuando se inventaron y adoptaron los medios electrónicos. No es una coincidencia que ingenieros eléctricos y matemáticos fueran quienes dieron origen al primer modelo formal del proceso comunicativo (véase el Gráfico 1).

Gráfico 1
El modelo de telecomunicación



Muchos conceptos clave —por ejemplo, "señal", "símbolo", "código", "mensaje", "fuente", "destino", "canal", "información", "codificar" y "decodificar"— fueron formulados explícitamente por primera vez por este modelo.

A los autores del modelo de telecomunicación no les preocupaban los aspectos humanos de la comunicación, sea cara a cara o a través de los medios masivos. Tal vez por esa razón, la mayoría de ideas y estudios posteriores sobre la comunicación se basaron en una perspectiva más bien simple de la comunicación como un proceso de transmisión de mensajes.

Durante la Segunda Guerra Mundial, se concedió mucha atención a todas las formas de comunicación. Las señales y códigos adquirieron relevancia militar

y la comunicación era crucial para la propaganda y la guerra psicológica. Por estas razones, el concepto dominante se volvió el de la comunicación como una forma de persuasión.

Lo que entonces se aprendió sobre la comunicación fue transferido a diversos campos de actividad, particularmente a la publicidad y al cambio tecnológico, que adquirieron una importancia considerable después de la Segunda Guerra Mundial. En ambos campos, la comunicación como transmisión de información y la comunicación como persuasión fueron las orientaciones que se adoptaron. Al cabo de poco tiempo, personas dedicadas a profesiones tales como las relaciones públicas, la extensión agrícola, la educación en salud, etc., comenzaron a demostrar su interés por estas aplicaciones de la comunicación.

La característica básica de los enfoques de la comunicación utilizados en la publicidad y en el fomento del cambio tecnológico fue un interés en los efectos: la compra de un producto dado, la adopción de una actitud determinada, la aceptación de una práctica agrícola o la modificación de un hábito nutricional. Una comparación entre los modelos de mercadeo y de extensión agrícola demuestra su orientación común (véanse los Gráficos 2 y 3).

Gráfico 2
El modelo de comercialización

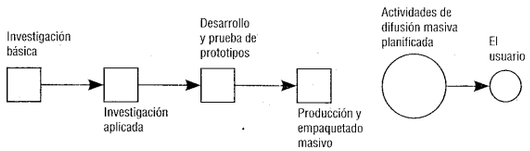
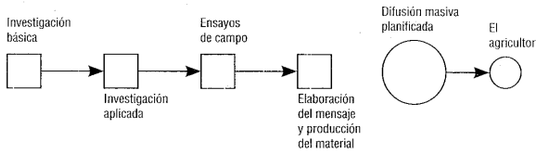


Gráfico 3
El modelo de extensión agrícola



La preocupación por los efectos aumentó cuando el interés por el desarrollo económico se extendió a los países en desarrollo. Se consideraba que su esencia era un rápido crecimiento de la productividad económica. Dado que ese crecimiento requiere de un cambio humano considerable y la comunicación se percibía como un agente de cambio, fue considerada, por lo menos por los comunicadores, como una herramienta clave para el desarrollo.

La presión de las metas de desarrollo económico, el tamaño y dispersión de las audiencias objetivo en las zonas en desarrollo, la disponibilidad de tecnologías modernas para la comunicación y un interés por vender equipos costosos hicieron de los medios un elemento importante en los programas de desarrollo rural. El personal de desarrollo se esforzó por utilizar los últimos *gadgets* para llevar a cabo agresivas campañas multimedia. En consecuencia, frecuentemente se descuidaba la pertinencia y precisión de los contenidos, y se descartaron los enfoques más graduales y profundos sobre la educación. Sin embargo, había un efecto positivo: muchos técnicos en los países en desarrollo fueron capacitados en el uso de los medios.

La teoría de la comunicación acude a las ciencias sociales

Un enriquecimiento significativo de la teoría de la comunicación para el desarrollo se produjo cuando los comunicadores aplicaron la idea de proceso —adquirida del pensamiento filosófico y científico de la época— a la comunicación. La perspectiva de la comunicación como proceso toma en cuenta el número infinito de variables en juego en cualquier acto comunicativo: la imagen que el transmisor tiene del receptor y viceversa, las experiencias personales, los valores de los significados que pueden tener los símbolos y situaciones, los muchos y diversos aspectos del contexto cultural, etc. Desde esta perspectiva, la comunicación participa de la complejidad de la vida misma y ya no es vista como un fenómeno puramente mecánico. John Ball (1960) dice:

> «El concepto de proceso evita que ofrezcamos fórmulas fáciles para la comunicación y más bien nos permite ofrecer una aproximación realista y basada firmemente en el conocimiento actual de una gama de campos científicos».

Gradualmente, los comunicadores empezaron a tomar en cuenta más aspectos de la situación de la comunicación y aproximarse a ella desde una perspectiva realista. Se llegó a aceptar que una cosa puede ser percibida de manera distinta por diferentes personas, y que la "realidad" no es tan objetiva y absoluta. La expresión "los significados no están en las palabras sino en las personas" se volvió un cliché. Esta nueva orientación fue una revolución para muchos agentes de cambio que anteriormente creían que un mensaje técnicamente correcto debía ser universalmente aceptado sólo por ser "correcto".

La idea de proceso llevó a los expertos de la comunicación a extraer conocimientos especializados sobre las variables que afectan al proceso comunicativo de las arcas de las disciplinas de las ciencias sociales, tales como la antropología, la sociología, la psicología social, la psicología, la ciencia política y la economía.

Desde la sociología, por mencionar un caso particular, la comunicación tomó dos ideas que concitaron la atención de los académicos y profesionales por un tiempo: los conceptos de sistema social y de difusión de las innovaciones.

Se llamó sistema social a cualquier estructura social interactiva (una familia, los feligreses de una iglesia, una comunidad rural, etc.) que tiene fines u objetivos, normas, posiciones de estatus, poder, jerarquías sociales, sanciones, instalaciones y territorialidad. La existencia de los sistemas sociales se daba a través de varios procesos importantes, como la comunicación, la toma de decisiones, el mantenimiento de límites y los vínculos sociales y culturales. La comunicación fue definida por Beegle y Loomis (1957) como el proceso por medio del cual la información, decisiones y directivas pasan por un sistema social, y las formas en las que el conocimiento, las opiniones y las actitudes se forman o modifican.

El concepto de sistema social hizo que los comunicadores se dieran cuenta de cuán orgánica e íntimamente relacionada está la comunicación a otros elementos y procesos de la sociedad. Sin embargo, su contribución a un entendimiento teórico de la comunicación para el desarrollo era limitada, porque el modelo de sistema social explicaba el conflicto y el cambio social esencialmente como la búsqueda de equilibrio. Esta búsqueda no es característica de los países en desarrollo. Por ello, el concepto finalmente fue reemplazado por una idea más general de "sistemas".

Las ideas y la investigación generadas por el estudio de la difusión de innovaciones surgieron a partir de una preocupación por el cambio tecnológico, que era visto como un elemento clave del desarrollo económico. Los sociólogos rurales norteamericanos, y posteriormente sus colegas en Europa y América Latina, concentraron su atención en aspectos de la difusión de innovaciones tales como: (a) los antecedentes personales que favorecían la adopción y difusión de una nueva idea; (b) las características sociales de las personas y comunidades que influyen en la adopción y difusión de las prácticas; (c) las etapas de conducta por las que pasa el agricultor desde que conoce una idea nueva hasta que la adopta (conciencia, interés, evaluación, prueba y decisión); (d) las características de una nueva idea o práctica que la hacen más o menos adoptable (compatibilidad, divisibilidad, complejidad, comunicabilidad, etc.); (e) las funciones personales que intervienen en la difusión de una innovación dentro de cierta comunidad (el innovador, el líder de opinión, el rezagado, etc.).

Entre las diversas aplicaciones del concepto, una importante para la comunicación fue el descubrimiento de las distintas utilidades de los canales personales e impersonales (medios masivos versus amigos y vecinos) en las diversas etapas del proceso

de adopción. La mentalidad difusionista también generó gran entusiasmo por el uso de líderes de opinión en los canales de información e influencia. Esto a su vez produjo una búsqueda de técnicas confiables para identificar a esos líderes.

Una de las diversas críticas lanzadas contra el modelo de difusión era que no toma en cuenta los límites impuestos por las estructuras sociales en los países en desarrollo; no presta suficiente atención a la calidad de las prácticas por difundirse ni a la competencia de los agentes de adopción; depende de una visión "en cascada" de la comunicación para el desarrollo, que no da cabida a la retroalimentación ni a la comunicación de los agricultores en torno a las fuentes de innovación. Los modelos difusionistas estaban, al parecer, concebidos para explicar qué pasa en los países más desarrollados, donde un agricultor puede ser considerado una unidad de toma de decisiones. Pero éste no es el caso de los países en desarrollo, en los que la mayoría de los agricultores están sujetos a limitaciones sociales y económicas de todo tipo.

Dos ideas más recientes han enriquecido considerablemente el pensamiento teórico sobre la comunicación: la de las funciones de la comunicación y la de la estructura social.

La idea de función se desprende de la observación de que la gente usa la comunicación porque cumple ciertas funciones que la conciernen. Escuchan la radio, leen los periódicos, asisten a reuniones, etc., no porque una fuente externa quiere comunicarles algo, sino porque sienten que los medios satisfacen algunas de sus necesidades. Evidentemente, la comunicación cumple diferentes funciones para diferentes personas. Una persona puede escuchar la radio para obtener información útil, mientras que otra aprecia la sensación de compañía que le produce la voz del locutor.

La idea de las funciones de la comunicación llevó a una distinción entre la comunicación instrumental y la consumatoria. La comunicación instrumental se refiere al contenido que el receptor puede aplicar a un fin utilitario. La consumatoria se refiere al contenido que reduce la tensión o produce placer. Por ejemplo, los agricultores buscan información sobre agricultura en la radio para mejorar su trabajo, mientras que escuchan las transmisiones deportivas o musicales porque le producen emoción y placer. En teoría, algunos medios son más apropiados para la comunicación instrumental, y otros para la consumatoria. Sin embargo, en la práctica la distinción entre los dos no es tan clara.

Con su libro *The Passing of Traditional Society*, Daniel Lerner (1958) aportó un punto de vista original sobre el proceso de la comunicación: la idea de la "empatía". La empatía se refiere a la capacidad de una persona de ponerse en el lugar de otra, de ver el mundo como lo ve la otra persona. Según Lerner, esta habilidad es esencial para el desarrollo, porque un campesino sólo puede desear cambiar su vida si asume la perspectiva de una persona más "moderna".

El análisis de las funciones que cumple la comunicación en la vida de la gente llevó a otra observación importante: a la gente no sólo le gusta recibir comunicación de los demás, también le gusta comunicar a los demás lo que piensa y siente. Por ello, al concepto de la comunicación se le añadieron nociones tales como *expresión*, *relación* y *participación*.

Una manifestación interesante de la atención que se le presta al receptor en el estudio del proceso de comunicación es el concepto de la "co-orientación", que se ha vuelto popular recientemente en Estados Unidos. La idea detrás de este concepto es que dos personas pueden tener percepciones e interpretaciones similares del mismo objeto y, a mayor similitud ("co-orientación"), más eficiente el flujo de la comunicación entre las personas. A la inversa, un flujo intenso de comunicación podría incrementar la co-orientación. El concepto de co-orientación, que es una extensión del de empatía, podría ayudar a mejorar la relación entre los agentes de cambio a través de la comunicación y sus audiencias. La co-orientación también puede utilizarse como herramienta didáctica para aumentar la orientación de los comunicadores hacia el receptor.

Sin embargo, la mentalidad de la persuasión orientada a los efectos es tan dominante entre los planificadores del desarrollo y los agentes de cambio que las necesidades humanas de expresión, relación y participación, que se destacan en las teorías esbozadas líneas arriba, muchas veces no eran valoradas adecuadamente por sí mismas. Más bien, han sido utilizadas para mejorar las técnicas de persuasión y manipulación de las personas. Por ello, el descubrimiento de que la gente acepta la innovación más fácilmente si primero la evalúa y luego decide adoptarla colectivamente, ha sido utilizado ampliamente para justificar la combinación de la práctica de la dinámica grupal con los esfuerzos persuasivos. Igualmente, los hallazgos sobre la función importante del receptor-transmisor intermediario, o el líder de opinión, fueron utilizados por los comunicadores orientados a los efectos para diseñar mejores estrategias de persuasión masiva, y no necesariamente para satisfacer mejor la necesidad que las personas tienen de co-orientación y resolución cooperativa de problemas.

Durante las décadas de 1940 y 1950, el movimiento de desarrollo comunitario adquirió importancia en los países occidentales que prestaban asistencia técnica a las regiones en desarrollo del mundo. La comunicación entró entonces en una etapa en la que los receptores eran vistos no como individuos aislados sino como miembros de comunidades humanas globales, con problemas que sólo podían ser resueltos colectivamente. La conciencia sobre el potencial de la comunidad para diagnosticar, articular y movilizar recursos para resolver sus problemas enriqueció la comunicación; demostró que debe haber una estrecha vinculación entre los mensajes y la toma comunitaria de decisiones, y así trajo consigo la intervención de la comunicación en actividades tales como: (a) fomentar el diagnóstico comunitario de la propia situación y los problemas; (b) dar acceso a toda la información pertinente sobre las alternativas; (c) organizar a la gente; (d) ayudar a la comunidad a recibir medios y recursos, es decir, poder; (e) crear instituciones adecuadas para la toma comunitaria de decisiones y la acción colectiva comunitaria.

La teoría de la comunicación descubre la estructura social

Sin embargo, se hizo evidente que no todas las comunidades son iguales y que tampoco son unidades homogéneas. El concepto de estructura social ve a la sociedad como una red de posiciones y jerarquías en la que algunos ocupan lugares más privilegiados de poder y control que los demás.

Si una estructura social dada es tal que la mayoría de las decisiones de una persona son influenciadas u obstaculizadas por fuerzas externas, podemos estar seguros de que también será limitado su acceso a la información y la comunicación. Más aún, para una persona en estas circunstancias, la función principal de la comunicación tiende a ser la de facilitar su adecuación a su situación de vida.

En los últimos años se han realizado una serie de estudios sobre la relación entre la estructura social y el papel de la comunicación. Para resumir su punto de vista y sus resultados, tomemos el caso de una típica estructura social jerárquica, que consiste en un grupo pequeño de elites gobernantes, una clase media más grande y una masa popular que constituye la mayoría (en los países en desarrollo también pueden haber grupos extranjeros —situados aún más alto en la jerarquía que las elites gobernantes— que son capaces de imponer sus decisiones, valores y estrategias).

En un sistema como ése, los sectores más bajos tratan de identificarse con las elites, adoptando sus

percepciones del mundo, sus valores y su forma de relacionarse con los demás, es decir su ideología. Esto se debe en parte a que, para sobrevivir en una sociedad, los medios de comunicación deben actuar como vehículos de esta ideología. La población no percibe que, junto con las noticias, información técnica y entretenimiento a través de diversos canales (periódicos, revistas, programación de televisión y radio, publicidad, etc.), está absorbiendo la ideología de las elites dominantes. De hecho, hasta puede interiorizar creencias y valores antagónicos a sus propios intereses.

En este tipo de sistema, la comunicación está al servicio de las instituciones tradicionales de poder y el statu quo social. La mayoría de las ideas disidentes que no son aprobadas por las elites son ignoradas por los medios, porque también amenazan sus intereses. Otras son tomadas por los medios y luego devueltas al público bajo una forma distorsionada, menos perturbadora del orden establecido.

La conciencia de las influencias ideológicas que se ejercen a través de los medios masivos en muchas sociedades ha llevado a varios investigadores a estudiar los contenidos de los medios (periódicos, historietas, radio, telenovelas, etc.) desde este punto de vista. Descubrieron que en algunos países en desarrollo los medios masivos frecuentemente transmiten ciertos valores y creencias que pueden ser perjudiciales para el desarrollo nacional; por ejemplo, el consumismo, el individualismo exagerado, el culto a la violencia y el elitismo. El descubrimiento de la influencia subliminal de los medios masivos en la formación de las actitudes nacionales ha enriquecido el entendimiento de la comunicación; lo más importante es que ha demostrado que muchos mensajes, que supuestamente apoyan el desarrollo nacional, podrían en realidad sólo apuntar a la "occidentalización", e incluso a perpetuar estructuras sociales anacrónicas.

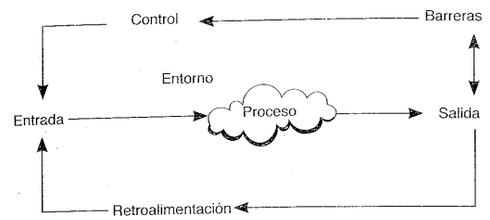
Una estructura de clases rígida no es el único factor que distancia a gran parte de la población de los medios de comunicación en los países en desarrollo. Otros estudios sobre el acceso a la información de la población rural de estos países han revelado su situación de desventaja en cuanto a los medios. Los análisis de sus contenidos han demostrado que la mayoría de los mensajes tienen una orientación urbana y, por tanto, son en gran medida irrelevantes para la población rural. Más aún, los medios están prácticamente ausentes en algunas zonas rurales. En cuanto a los medios impresos, su difusión está necesariamente limitada a zonas de analfabetismo rampante. No siendo éste el caso de la radio y la televisión, es más lucrativo para los intereses comerciales que suelen controlar estos canales dirigir sus emisiones a los consumidores urbanos más adinerados. Por ello, en muchas zonas, los únicos canales disponibles para la comunicación rural son los canales interpersonales. De hecho, la mayoría de los estudios demuestran la predominancia de los contactos personales en la difusión de los mensajes en las zonas rurales.

La comunicación como un sistema y la comunicación en los sistemas

Un enfoque relativamente reciente que ha enriquecido considerablemente la conceptuación de la comunicación es el concepto de "sistemas". Un sistema es cualquier conjunto de partes interactuantes que mantiene sus fronteras a la vez que intercambia influencias con su entorno. Los insumos son las influencias que se reciben del entorno; a través de varios procesos, el sistema los transforma en resultados. Los resultados son los productos, servicios e influencias que un sistema genera con el fin de transformar su entorno (véase el Gráfico 4).

Los sistemas son esencialmente una construcción mental, una forma de ver el mundo. Casi cualquier cosa puede concebirse como un sistema: el cuerpo humano, una célula, un árbol, una fábrica de za-

Gráfico 4
Componentes de un sistema



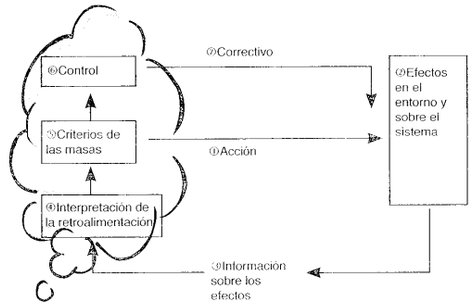
patos, un programa de comunicación. Un sistema puede ser mecánico, pasivo e incapaz de reaccionar a su entorno (tal como un reloj); puede ser reactivo y diseñado para cumplir con uno o varios objetivos (tal como un vehículo lunar teledirigido); o puede ser evolutivo e ir cambiando sus objetivos (tal como una empresa).

Un programa de comunicación es un sistema que va fijando sus objetivos paulatinamente, ya que sus responsables formulan un conjunto de objetivos que pueden modificarse a medida que el programa se lleva a cabo. También pueden escoger y adaptar los medios para lograr estos objetivos.

Una mirada cuidadosa a cómo funcionan los sistemas humanos ha demostrado que la comunicación es la esencia misma de estos sistemas: proporciona información sobre las necesidades y condiciones del entorno; facilita la interacción y coordinación internas a través del intercambio de información; dirige las influencias del sistema sobre el entorno a través de los mensajes resultantes; y devuelve —a través de la retroalimentación— información sobre las reacciones del entorno y sus necesidades cambiantes.

Aunque la idea de "reacción" o "respuesta" no es nueva, fue el concepto de sistema el que reveló la importancia cabal de este elemento de la comunicación que ahora se conoce como *feedback* o retroalimentación. En el pasado, la retroalimentación se consideraba útil para determinar la reacción de la audiencia o los efectos de un mensaje. Actualmente constituye un componente esencial no sólo de un sistema de comunicación, sino de cualquier sistema reactivo, en tanto activa mecanismos correctivos que hacen que el sistema siga encaminado a conseguir su objetivo establecido, tal como se ilustra en el Gráfico 5.

Gráfico 5
Cómo un sistema funciona hacia una meta



La teoría y el enfoque de los sistemas no han desterrado completamente la tradición de la "transmisión-persuasión" en la comunicación para el desarrollo. De hecho, en manos de los tecnócratas del desarrollo, el concepto de sistema se puede volver una camisa de fuerza que desincentiva la individualidad y la originalidad humana sólo porque perturban la precisión del diseño orientado a los objetivos del sistema.

No obstante, introducir el concepto de sistemas al estudio teórico de la comunicación para el desarrollo ha tenido varias consecuencias positivas. Por un lado, ver los eventos sistémicamente revela cómo se interrelacionan los diversos aspectos del desarrollo rural. Por ejemplo, la productividad baja se atribuye a un débil nivel de organización. Por ello, los comunicadores con un punto de vista sistémico tienden a aproximarse a los problemas del desarrollo con una perspectiva más amplia e inclusiva y así logran hacer

una contribución más útil a los programas y proyectos integrados.

Por otro lado, la atención a los objetivos, inherente al enfoque sistémico, tiene como consecuencia un análisis más cuidadoso de los problemas en la etapa de planificación de los programas de comunicación para el desarrollo. También ha llevado a los planificadores a ocuparse mejor de la adecuación de los medios que se usan en un programa; es decir, de los que están disponibles para abordar los problemas que se intentan resolver.

Además, el concepto de sistemas trajo consigo la conciencia de que los programas e instituciones de desarrollo son subsistemas dentro de sistemas mayores y, por lo tanto, su objetivo debe ser coherente con los objetivos del sistema mayor y apoyarlos.

Al mismo tiempo, importantes subproductos del enfoque sistémico están surtiendo efectos profundos y beneficiosos en la comunicación para el desarrollo.

Por ejemplo, una tendencia muy importante que se desprende de este enfoque es el interés en formular políticas y planes de comunicación integrales. En otras palabras, el análisis exhaustivo que este enfoque ha promovido en el diseño de ciertos programas de comunicación para el desarrollo tiene su paralelo en la evaluación de la totalidad de las actividades de comunicación: qué son ahora y qué deben ser.

Para elaborar políticas y planes de comunicación, es necesario estudiar las normas que en la sociedad regulan los supuestos sobre la comunicación y sus prácticas. Es posible extraer principios generales para la acción a partir de los resultados de tales estudios. La planificación de la comunicación, al igual que la planificación de la educación o la economía, abarca un sector entero de actividad y va más allá de las distinciones estructurales o administrativas (por ejemplo, el hecho de que varios ministerios gubernamentales por separado, así como organismos no gubernamentales, puedan participar en el suministro o la regulación de la comunicación). La planificación de la comunicación busca hacer un inventario de todos los recursos de comunicación y usarlos de la manera más eficaz posible de acuerdo a los objetivos establecidos. Dado que en los países en desarrollo estos objetivos suelen estar relacionados con la orientación hacia el desarrollo de la sociedad, y toda vez que los recursos de comunicación son escasos, la planificación de la comunicación puede contribuir a asegurar que los recursos en estos países sean utilizados para promover todas las formas de desarrollo, incluido el desarrollo rural. La planificación de la comunicación a nivel nacional recibe actualmente más atención tanto por parte de los gobiernos nacionales cuanto de los organismos internacionales.

El enfoque sistémico también ha inspirado investigaciones en otras disciplinas asociadas, que tienen implicaciones importantes para la comunicación para el desarrollo. Una de estas disciplinas es la tecnología educativa. Se ha demostrado que algunos resultados de los estudios realizados sobre el uso de nuevos métodos y materiales en la educación formal (escolar) pueden ser aplicados a la educación informal (fuera de la escuela y orientada al desarrollo). Esta fertilización de un campo en otro se ha vuelto más intensa a medida que la UNESCO, la FAO y otros organismos de asistencia e investigación internacionales y bilaterales se han interesado más por la educación fuera de las escuelas y por el desarrollo rural. No sólo es cuestión de transferir el uso de ciertos métodos y materiales (aunque también es importante), sino que es aún más significativa la adopción de una nueva aproximación al estudio del aprendizaje y la comunicación. La actual tecnología educativa innovadora es sobre todo una disciplina de síntesis, y una tendencia hacia la síntesis es lo que parece imperativo en los estudios de comunicación para el desarrollo, tanto para ampliar nuestros conocimientos sobre sus posibilidades y potencial cuanto para humanizar la gama de teorías anteriores.

La comunicación como instrumento para cambiar la sociedad

Los diversos conceptos, arriba resumidos, que enriquecen nuestro conocimiento de la función de la comunicación en el desarrollo rural, no alteraron de manera sustancial la visión generalmente aceptada de la comunicación como un medio para transmitir información con un fin persuasivo. En general, el comportamiento de los comunicadores —profesores, agentes de cambio, expertos en publicidad, etc.— ha revelado una orientación esencialmente vertical y prescriptiva, con la intención de manipular y adoctrinar.

Esta orientación parece una consecuencia natural de la visión del desarrollo que subraya la "modernización". De acuerdo con esta perspectiva, los países "atrasados" deberían de adoptar los valores, la organización social y la tecnología de los más avanzados. Además, la comunicación tendría que servir para promover esos valores, esa organización y esa tecnología.

Sin embargo, en los últimos años este concepto del desarrollo ha sido cuestionado a consecuencia de repetidos fracasos, y se ha propuesto una nueva noción, más centrada en las personas involucradas. Al mismo tiempo, se ha comenzado a criticar y modificar la orientación hacia la "modernización" de la comunicación para el desarrollo.

El mérito de explicar la debilidad de la visión tradicional del desarrollo corresponde a muchos pensadores y profesionales. El más conocido de entre ellos probablemente sea el educador brasileño Paulo Freire, quien describió vívidamente los actuales sistemas de comunicación y de educación como herramientas para la dominación y domesticación de las masas. Freire señala que la mera transferencia de contenidos desde una fuente informada y autoritativa a un receptor pasivo nada hace para promover su crecimiento como una persona con conciencia autónoma y crítica, capaz de contribuir a su sociedad e influir en ella.

Así, Freire propone transformar lo que él llama la «educación bancaria» en «pedagogía» basada en los siguientes principios:

> «Fe en la habilidad de las personas para aprender, cambiar y liberarse de las condiciones opresivas de la ignorancia, la pobreza y la explotación.
>
> «Contacto directo de los que aprenden con su realidad y sus problemas; análisis de las restricciones que les impone la estructura social y la "ideología" oficial.
>
> «Supresión de las diferencias entre el "educador" y el "educando" en tanto ambos "aprenden".
>
> «Diálogo libre.
>
> «Participación en la acción liberadora».

Bajo la influencia de Freire, Ivan Illich y muchos otros comunicadores han llegado a concebir la comunicación como un proceso inseparable de los demás procesos sociales y políticos necesarios para el desarrollo y la independencia nacionales. Los numerosos fracasos y frustraciones a los que se enfrentan los esfuerzos modernizadores han demostrado que para ser realmente eficaz, la comunicación debe estar orgánicamente integrada con procesos tales como la concientización, la organización, la politización y la tecnificación.

El argumento es el siguiente: si la transferencia de tecnología a la población rural se promueve unilateralmente dentro de una estructura social que consiste de grandes agricultores comerciales dueños de grandes terrenos, agricultores familiares con granjas medianas y trabajadores agrícolas sin tierras, es probable que los beneficios se concentren en manos de los más privilegiados, con mayor acceso a los recursos, la instrucción, el crédito, las influencias y el poder.

Por ello, para permitir un acceso más equitativo a los beneficios del desarrollo, es necesario promover las organizaciones de base a nivel popular de los más marginales, orientándolos a formar grupos de presión y a facilitar la acción colectiva. Sin embargo, para organizarse eficazmente, las personas deben ser conscientes de sus derechos y su potencial. No obstante, la concientización por sí sola puede llevar a la frustración y la represión si la gente no adquiere al mismo tiempo cierto grado de *politización*, que les dé no sólo una razón para cambiar, sino también las capacidades de toma de decisión y liderazgo necesarias para llegar al poder.

Es evidente que la comunicación puede ser un medio importante para lograr la concientización, organización, politización y tecnificación. Sin embargo, para que la comunicación desempeñe esta función, todas las instituciones participantes deben aceptar una filosofía y una metodología de la comunicación coherentes. Esto sólo es posible en países que han adoptado un modelo de desarrollo que exige la participación popular en todos los niveles de la transformación social y política.

Existen experimentos actualmente en curso sobre el uso de la tecnología de la comunicación para mejorar la comunicación entre las personas, y entre las personas y el gobierno. El gobierno y las personas normalmente se comunican a través de dos tipos de canales: (a) los canales administrativos, que incluyen las entidades de servicios y las organizaciones burocráticas; y, (b) los canales políticos, que incluyen los partidos políticos, las elecciones, etc. Estos experimentos apuntan a abrir un tercer tipo de canal, independiente de los otros dos, que permita el diálogo entre las personas y las autoridades.

Así, crece la idea de que las personas deben tener más acceso a los medios de comunicación, no sólo como receptores, sino también como fuentes y actores. La adopción de este nuevo enfoque de la comunicación está produciendo considerables innovaciones en la comunicación para el desarrollo rural:

Los medios se están volviendo más accesibles a la participación de las poblaciones rurales en la programación.

Los mensajes se originan en las poblaciones rurales, y los agentes del gobierno, los tecnócratas y las elites —que siempre han sido las fuentes— están aprendiendo a ser receptores.

Los contenidos de los mensajes están más relacionados con los problemas y necesidades de la población rural.

La población rural está aprendiendo a formular y articular sus ideas y sentimientos sobre temas importantes para ella.

El gobierno está aprendiendo a comunicarse de manera menos paternalista y autoritaria, haciendo posible un diálogo con las poblaciones rurales.

Las nuevas tecnologías, tales como la grabación de casetes de audio y vídeo, hacen posible registrar los mensajes y recibir retroalimentación de todos los involucrados en los diálogos, facilitando la percepción y entendimiento mutuos.

Esta nueva orientación de la comunicación todavía no ha resultado en metodologías de comunicación y educación bien formuladas para el desarrollo rural. Se ha realizado muy poca investigación hasta el momento sobre la comunicación horizontal y participativa. Sin embargo, la tecnología actual es particularmente adecuada para el diálogo a escala masiva. Éste es un caso en el que la teoría está retrasada respecto de las prácticas reales y la capacidad tecnológica; la mayoría de los modelos de comunicación aún revelan una orientación hacia la transmisión-persuasión, y sólo unos pocos académicos han especulado sobre el papel de la comunicación en la facilitación de la participación y la acción popular necesarias para el desarrollo rural.

Bibliografía citada

Ball, John (1960). "The Conceptual Basis for Communication" en *Research, Principle and Practices in Visual Communication*. East Lansing, Mich., National Project in Agricultural Communications.

Beegle, J. Allan y Loomis, Charles P. (1957). *Rural Sociology, the Strategy of Change*. Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall.

Lerner, Daniel (1958). *The Passing of Traditional Society*, Glencoe, Ill., The Free Press.

Díaz Bordenave, Juan (1977). *Communication and Rural Development*. París, UNESCO. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

La estructura transnacional de poder y la información internacional

Elementos para la definición de políticas frente a las agencias transnacionales de noticias

Juan Somavía

I. El contexto: los sistemas de comunicaciones al servicio de la estructura transnacional de poder

La mayoría de los países del Tercer Mundo están insertos en un sistema internacional cuya racionalidad opera inevitablemente en favor de los países desarrollados. Las raíces de este sistema se encuentran en las diversas formas de dominación colonial y de explotación que han caracterizado históricamente a las relaciones entre el centro y la periferia. Actualmente el sistema opera de acuerdo con un conjunto de prácticas y principios que surgieron después de la Segunda Guerra Mundial, en los organismos regionales y mundiales creados durante esa época, con la aprobación explícita o tácita del reducido número de países que entonces configuraban la "comunidad internacional". Todo ello ha ido perfeccionándose y ajustándose durante los últimos treinta años hasta configurar un todo coherente de donde emerge nítidamente el instrumento central de la dominación: la estructura transnacional de poder, que actúa internacionalmente y opera en prácticamente todos los países del Tercer Mundo.

1977

Submercados de la industria cultural

Extracto de *Comunicaciones: El punto ciego del marxismo occidental*

Dallas W. Smythe

En la raíz de una perspectiva marxista del capitalismo está la necesidad de buscar una realidad objetiva que signifika, en este caso, una definición objetiva de los bienes producidos por el capitalismo. ¿Qué forma toman los bienes de la comunicación producidos en masa y apoyados por la publicidad? Ésa es la pregunta clave. La perspectiva idealista burguesa de la realidad de los bienes de la comunicación es "mensajes", "información", "imágenes", "significado", "entretenimiento", "orientación", "educación" y "manipulación". Todos estos conceptos son entidades mentales subjetivas y todos tienen que ver con las apariencias superficiales. Los teóricos que adoptan esta cosmovisión en ningún momento abordan la forma de los bienes de la comunicación de masas bajo el capitalismo monopólico en la que, como parásitos, existen una cantidad de submercados relacionados con la industria cultural; por ejemplo, los mercados para las "noticias" y el "entretenimiento". Tácitamente, esta teoría idealista de los bienes de la comunicación parece haber sido sostenida por la mayoría de los marxistas occidentales después de Marx, así como por los teóricos burgueses: Lenin,[1] Veblen, Marcuse, Adorno, Baran y Sweezy, por ejemplo, así como Galbraith y los economistas ortodoxos, y también quienes tienen una perspectiva más o menos marxista de las comunicaciones (Nordenstreng, Enzensberger, Hamelink, Schiller [1973], Murdock y Golding [1973] y yo, hasta ahora), además de los escritores convencionales ejemplificados en el *Sage Annual Review of Communications Research.*

En el campo de los idealistas también están aquellos apologistas que disuelven la realidad de las comunicaciones bajo la apariencia del "medio", tal como Marshall McLuhan (Finkelstein 1968, Theall 1971, Smythe 1971). No es de sorprender, como dice Livant, que «el campo de las comunicaciones sea una selva de idealismo».[2] Propongo que la respuesta materialista a la pregunta ¿qué forma toman en el capitalismo monopólico los bienes de la comunicación producidos en masa y apoyados por la publicidad? sea: las audiencias y los lectores [...]. La realidad material en el capitalismo monopólico es que, para la mayor parte de la población, todo el tiempo que no se pasa durmiendo es tiempo de trabajo. Este tiempo de trabajo se dedica a la producción de productos en general (tanto cuando se les paga a las personas por su trabajo como cuando forman parte de una audiencia) y a la producción y reproducción de la fuerza laboral (cuyo pago está incluido en sus ingresos).

Del tiempo de trabajo fuera del empleo, el mayor bloque es el tiempo de audiencia vendido a los anunciantes. No lo venden los trabajadores, sino los medios de comunicación masiva. ¿Quién produce este bien? Lo hacen los medios de comunicación masiva mediante una combinación de publicidad explícita y oculta y el material de los "programas", los mercados que preocupan a los teóricos burgueses de la comunicación.[3]

Pero, aunque los medios masivos desempeñan el papel principal en la producción de la industria de la conciencia, las personas que forman parte de las audiencias pagan directamente mucho más por el privilegio de estar entre ellas que los medios masivos. En Canadá, en 1975, la audiencia corrió directamente con el triple del costo que el incurrido por las emisoras y los operadores de televisión por cable juntos.[4] En "su" tiempo, que se vende a los anunciantes, los trabajadores (a) realizan funciones esenciales de comercialización para los productores de los bienes de consumo, y (b) trabajan en la producción y reproducción de fuerza laboral. Este proceso conjunto implica una contradicción importante. Si este esquema analítico es válido, surgen graves problemas para la teoría marxista; entre ellos, el hecho evidente de que mientras generalmente no se considera que la superestructura se dedica a la actividad productiva infraestructural, los medios de comunicación masiva están simultáneamente en la superestructura e indispensablemente en la última etapa de la producción infraestructural, en la que se produce la demanda y ésta se satisface mediante la compra de bienes de consumo.

Notas

1 Lenin sostenía una teoría manipuladora de los medios masivos y admitía su ingenuidad en este sentido. «¿Cuál fue el destino del decreto que establecía un monopolio del Estado de la publicidad privada, que se emitió en las primeras semanas del gobierno soviético? [...] Causa gracia pensar en lo ingenuos que éramos. [...] El enemigo, es decir, la clase capitalista, contestó a este decreto del poder estatal con un repudio total de dicho poder estatal». "Informe sobre la nueva política económica", Séptima Conferencia Gubernia de Moscú del Partido Comunista Ruso, 21 de octubre de 1921, en *Lenin About the Press.* Praga, International Organization of Journalists, 1972, p. 203. El imperialismo de Lenin no reconoce la relación de la publicidad con el capitalismo monopólico y el imperialismo.

2 Le estoy agradecido al Profesor William Livant, Universidad de Regina, por las duras críticas que formuló sobre un borrador de este texto en diciembre de 1975.

3 La realidad objetiva es que los anuncios publicitarios ostensibles y el material que contienen, sea en los medios impresos o los electrónicos, tienen el propósito común de producir una audiencia. Es una consecuencia interesante de la perspectiva idealista el hecho de que, en la mayoría de los análisis liberales, se considere que la "publicidad" está separada de las "noticias", el "entretenimiento", y el "material educativo" que se entreveran con los anuncios publicitarios.

4 El costo anual que supone para la audiencia proveerse de sus propios receptores (y pagar por la televisión por cable), que consta de depreciación, intereses sobre la inversión, mantenimiento y energía eléctrica, sumó un poco más de US$1,800 millones, mientras que los costos de las emisoras (Canadian Broadcasting Corporation más las emisoras independientes) y los operadores de televisión por cable sumaron unos US$631 millones.

Bibliografía citada

Finkelstein, Sidney (1968). *Sense and Nonsense of McLuhan.* New York, International Publishers.

Murdock, G. y Golding, P. (1973). "For a Political Economy of Mass Communications" en *Socialist Register.*

Sage Annual Review of Communications Research. Beverly Hills, Calif., Sage Publications.

Schiller, H. (1973). *The Mind Managers.* Boston, Beacon Press.

Smythe, Dallas W. (1971). Reseña en *Queen's Quarterly*, verano de 1971.

Theall, Donald (1971). *The Medium is the Rear View Mirror.* Montreal, McGill/Queen's University Press.

Smythe, Dallas W. (1977). "Communications: Blindspot of Western Marxism" en *Canadian Journal of Political and Social Theory/Revue Canadienne de Théorie Politique et Sociale*, Vol. 1, Nº 3. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

La estructura transnacional de poder se expresa a través de formas operativas funcionalmente diferenciadas que, tomadas en su conjunto, representan un instrumental complejo cuyo objetivo central es consolidar y expandir su capacidad de acción e influencia a través del mundo. Utiliza como carta de presentación un conjunto de valores y aspiraciones que pretende representar la estabilidad política, la eficiencia económica, la creatividad tecnológica, la "lógica" del mercado, las bondades del consumismo, la defensa de la libertad, y otros.

La práctica demuestra que el comportamiento real de la estructura transnacional de poder opera en términos muy diferentes a los que pretende. En nombre de la estabilidad política, defiende el statu quo y los regímenes más conservadores que aseguren la falta de cambios estructurales profundos en las sociedades del Tercer Mundo. En nombre de la eficiencia, promueve la expansión de las empresas transnacionales, que se originan en su seno, como solución "técnicamente" ideal para los problemas del crecimiento y desarrollo económico, promoviendo una "homogeneización" de patrones de consumo que con frecuencia desatienden las necesidades básicas y la realidad cultural local. En nombre de la creatividad tecnológica, concentra enormes recursos en esfuerzos de investigación y desarrollo vinculados a su aparato industrial-militar y a los intereses de sus empresas transnacionales, que poco tienen que ver con las necesidades reales de los pueblos del Tercer Mundo. En nombre de la "lógica" del mercado, propugna que los gobiernos abdiquen de su responsabilidad fundamental, cual es definir y orientar la naturaleza del desarrollo nacional en favor de las mayorías, promoviendo formas de organización social que dejen en manos de las grandes empresas privadas la decisión de qué, cuánto, cómo y para quién producir. En nombre de la bondad del consumismo, orienta la producción sólo hacia quienes efectivamente tienen capacidad de ingreso para consumir, consolidando así estilos de desarrollo vinculados a los sectores más favorecidos de la sociedad y marginando del proceso económico y

social a las mayorías nacionales del Tercer Mundo. Finalmente, en nombre de la libertad, bloquea, interviene y desestabiliza las acciones, políticas y programas de gobiernos progresistas, debilitándolos o suplantándolos, apoyando y respaldando regímenes basados en la represión sistemática y en la violación de los derechos humanos.

Para lograr estos objetivos dispone de un arsenal de distintos instrumentos confluyentes que reflejan las diversas dimensiones de la estructura de poder transnacional.

a. La dimensión político/militar/servicios de inteligencia: OTAN, SEATO, TIAR, vinculaciones entre servicios de inteligencia. Se expresa igualmente en amenazas abiertas y encubiertas de uso de la fuerza; en intentos para promover cambios favorables a sus intereses o prevenir modificaciones adversas a sus intereses en las relaciones de poder dentro de los países del Tercer Mundo; en diferentes formas de intervención militar y de penetración política; y, en las políticas de ostracismo internacional aplicadas a determinados gobiernos progresistas.

b. La dimensión económica/industrial/comercial: promoción de las empresas transnacionales; reforzamiento de estructuras y acuerdos que son favorables al sistema, como el FMI, Banco Mundial, GATT; esfuerzos para debilitar los instrumentos que cuestionan aspectos del sistema, como la UNCTAD, asociaciones de productores; medidas para el control de las empresas transnacionales y organizaciones de cooperación e integración regionales; estímulos a la implantación de modelos de desarrollo "miméticos"; uso del instrumental económico para bloquear y debilitar las políticas de gobiernos progresistas.

Sólo recientemente ha comenzado a emerger con claridad la *dimensión comunicaciones-publicidad/cultura* como parte integrante del instrumental transnacional. Se va haciendo más evidente que el sistema transnacional de comunicaciones se ha desarrollado con el apoyo y al servicio de esa estructura transnacional de poder. Es una parte integrante del sistema por medio de la cual se controla el instrumento fundamental que es la información en la sociedad contemporánea. Es el vehículo para transmitir valores y estilos de vida a los países del Tercer Mundo, que estimulan el tipo de consumo y el tipo de sociedad requeridos por el sistema transnacional en su conjunto. Políticamente defienden el statu quo cuando éste apoya sus propios intereses; económicamente crean las condiciones para la expansión transnacional del capital. Si el sistema transnacional perdiera su control sobre la estructura de comunicaciones, perdería una de sus armas más poderosas; de ahí la dificultad de cambio.

El sistema transnacional de comunicaciones es un todo: incluye agencias de noticias, empresas de publicidad y bancos de datos; y también el suministro de servicios de recuperación de información, programas de radio y televisión, películas, radiofotos, revistas, libros e historietas y *comics* de circulación internacional. Sus distintos componentes, que tienen mayoritariamente su origen en los países industrializados, se refuerzan los unos a los otros, estimulando en su conjunto las aspiraciones del consumidor de alcanzar formas de organización social y estilos de vida imitativos de los países capitalistas industrializados, que la experiencia ha demostrado que sólo se pueden reproducir en los países del Tercer Mundo sobre la base de una alta y creciente concentración de ingresos en pocas manos y de inaceptables desigualdades sociales.

Al mismo tiempo, la "presión informativa" procedente de tantos diversos orígenes, aparentemente sin relación entre ellos pero sustantivamente coherentes, va eliminando la capacidad de reacción frente al mensaje, con lo cual progresivamente el sujeto receptor se transforma en un elemento pasivo, sin capacidad de juicio crítico. El proceso de comunicación, entonces, se transforma para la gente en algo así como un teatro que se observa, pero en el cual no se participa. En esas condiciones el público se va convenciendo de que el modelo transnacional de consumo y desarrollo es históricamente inevitable. Así, el sistema de comunicaciones cumple su función principal: la de penetrar culturalmente al ser humano para condicionarlo de modo que acepte los valores políticos, económicos y culturales de la estructura transnacional de poder.

Por eso las políticas de comunicaciones son una parte integrante de las políticas de desarrollo. Si la información se comunica en el interés y al servicio del sistema transnacional de poder, la capacidad soberana de decidir y ejecutar las políticas de desarrollo nacionales se ve trabada, por cuanto la estructura de comunicación internacional condiciona y determina directamente las reacciones individuales y sociales dentro de cada país.

Dentro del conjunto de componentes del sistema transnacional de comunicaciones, especial atención merecen las agencias de noticias con mayor penetración en el Tercer Mundo en esta área. Es importante estudiar más a fondo sus diferentes expresiones y la naturaleza empírica del fenómeno, con el objeto de definir políticas de respuesta que permitan desarrollar canales de información alternativos y complementarios sobre la base de esfuerzos por afianzar la autodependencia nacional y colectiva de los países del Tercer Mundo.

II. Las agencias transnacionales de noticias

El presente esbozo tiene por objeto recoger y adelantar el análisis existente sobre las acciones de las grandes agencias transnacionales de noticias, de influencia preponderante en los países del Tercer Mundo, para proyectarlo hacia la definición de políticas a seguir frente a sus actividades. Se hace a continuación una presentación sintética de las características estructurales de las agencias y los comportamientos que de allí resultan, como antecedentes para la determinación de políticas.

A. Características estructurales

Las principales agencias de importancia en el Tercer Mundo a que nos referimos, tales como United Press International (UPI), Associated Press (AP), Reuter y Agence France Press (AFP), no son en ningún sentido "internacionales" sino empresas transnacionales, que operan cada una a partir de su casa matriz situada en un país capitalista industrializado. Por definición, sus estructuras de propiedad están totalmente radicadas en sus países de origen. Todos los miembros del cuerpo de dirección de UPI y AP, por ejemplo, son ciudadanos de los Estados Unidos de América, así como la mayoría de los jefes de oficinas, por lo menos en América Latina. AFP y Reuter tienen estructuras de propiedad y control que las vinculan a sus propios gobiernos. Su forma de organización es muy similar a la de otras empresas comerciales con intereses mundiales por cuidar y defender. Por la naturaleza de sus actividades, su acción transciende las fronteras de sus propios países, con gran influencia e impacto en un elevado número de países extranjeros en los que operan. Sus operaciones están entrelazadas con otras ramas del sistema transnacional de producción, en particular con la publicidad, las revistas, la producción de programas para televisión y con las empresas transnacionales clásicas. Por ello el marco conceptual desarrollado para analizar y formular políticas respecto de las operaciones de las empresas transnacionales, es aplicable, con determinadas modificaciones, a las agencias de noticias. Éste es, sin embargo, uno de los aspectos menos estudiados del fenómeno transnacional.

Su estructura y sus lazos con el resto del sistema transnacional, su forma de propiedad, su racionalidad de empresa privada que persigue la expansión continua y la optimización a largo plazo de las ganancias, junto con los valores que gobiernan la formación profesional actual de los comunicadores,

conduce a estas agencias a transformar la información en una mercancía y a concebir su actividad como destinada a "vender" mejor que sus competidores su producto. La "lógica" del mercado pasa a ser el criterio fundamental de su actuación.

Para asegurar su expansión y crecimiento con plena libertad de acción a través del mundo, las agencias norteamericanas en particular, con total apoyo de su gobierno, plantearon a fines de la década de los 40 la aplicación internacional del principio del "libre flujo de información" y obtuvieron su aprobación en la Conferencia sobre Libertad de Información, llevada a cabo del 25 de marzo al 21 de abril de 1948, en Ginebra, Suiza, bajo los auspicios de la UNESCO.[1]

Este concepto ha pasado a ser el basamento conceptual utilizado para justificar su "independencia" y para poder desarrollar sus actividades sin reglamentación sustantiva, nacional o internacional, de ninguna especie. Así, se ha legitimado su derecho a actuar en función exclusiva de sus propios intereses, transmitiendo su particular visión de los hechos de acuerdo con las determinantes políticas y económicas del sistema transnacional del cual forman parte. Como resultado de la falta de cuestionamiento, en términos prácticos y conceptuales, de la forma en que se ha aplicado el principio del "libre flujo", las agencias no son en la actualidad social o jurídicamente responsables de sus actos, frente a los países en que operan o frente a la comunidad internacional.

El principio del "libre flujo" significa, en la práctica, que las agencias determinan qué es lo que debe considerarse como noticia. Se les ha reconocido el derecho a "seleccionar" de entre los múltiples eventos nacionales e internacionales, aquello que debe transmitirse para que sea conocido por el mundo entero. Las agencias se han transformado así en jueces de la realidad.

Dado su origen y estructura, los criterios de selección que utilizan las agencias no reflejan los intereses ni la realidad social concreta de los países del Tercer Mundo. Ello se manifiesta particularmente en relación con acontecimientos que implican un cuestionamiento del statu quo por parte de gobiernos o movimientos progresistas que buscan una modificación de las estructuras de dominación. Económicamente, son entidades pequeñas comparadas con otras empresas transnacionales. El

1977

Medios, consumismo y opinión pública

Dallas W. Smythe

Extracto de *Comunicaciones: El punto ciego del marxismo occidental*

Las instituciones de los medios masivos en el capitalismo monopólico desarrollaron el equipo, los trabajadores y la organización a fin de producir audiencias para los propósitos del sistema entre 1875 y 1950, aproximadamente. El objetivo principal de los medios masivos es producir personas en las audiencias que aprendan la teoría y la práctica del consumismo de bienes civiles y que apoyen (con impuestos y votos) el sistema de gestión de la demanda militar. El segundo propósito principal es producir audiencias cuya teoría y práctica confirmen la ideología del capitalismo monopólico (individualismo posesivo en un sistema político autoritario). El tercer propósito principal es producir una opinión pública que apoye las políticas estratégicas y tácticas del Estado; por ejemplo, candidatos presidenciales, apoyo a las incursiones militares en Indochina, la carrera espacial, la *détente* con la Unión Soviética, el acercamiento con China y el disenso de la juventud y los grupos étnicos. En el sistema capitalista monopólico, el cuarto propósito del complejo de los medios masivos es necesariamente funcionar tan rentablemente que se asegure un respeto inobjetable de su importancia económica en el sistema. Ha logrado estos cuatro propósitos con bastante éxito.

Si reconocemos la realidad de que el capitalismo monopólico compra a las audiencias para completar la comercialización masiva de bienes y servicios de consumo producidos en masa, se necesita analizar más profundamente las repercusiones de esta integración "principal y decisiva" de la superestructura y la base que presenta la realidad. En primer lugar, las contradicciones producidas en la audiencia se deben comprender más claramente. Me refiero a las contradicciones entre los integrantes de la audiencia que sirven como bienes de los productores y su trabajo en la producción y reproducción del poder laboral. Considero que la industria de la conciencia, a través de medios masivos apoyados por la publicidad, produce tres tipos de alienación entre los miembros de la audiencia: 1) la alienación producida como resultado de su trabajo "en el empleo"; 2) la alienación producida por los productos comerciables en general, que ellos se comercializan a sí mismos; y, (3) la alienación producida por el poder laboral que ellos producen y reproducen en sí mismos y en sus hijos. Parecería que la teoría del trabajo necesita reconsiderarse.

Luego, se deben examinar las conexiones con otras áreas. Entre estas conexiones, salen a relucir las conexiones a la teoría marxista sobre la conciencia social (y la falsa conciencia), la teoría sobre la naturaleza de la lucha de clases, la naturaleza del proletariado bajo el capitalismo monopólico y el chauvinismo sexual, y las teorías del Estado. La última de éstas parece evidente si este análisis se considera en relación con los artículos de Gold, Lo y Wright (1975). El papel de los medios masivos y la industria de la conciencia en la producción de una audiencia, como producto en general y como producto particular, podría proporcionar el verdadero vigor para el modelo marxista estructural del Estado de Poulantzas y para las iniciativas teóricas de Claus Offe en busca de procesos dentro del Estado que "garanticen" su carácter de clase.

La conexión con el trabajo de Debord (1970) referente a la conciencia es estrecha. La relación entre las imágenes producidas industrialmente y el mundo "real" de la nutrición, el vestido, la vivienda, el nacimiento y la muerte es dialéctica. Los medios masivos son el centro de la producción de imágenes de la cultura popular bajo el capitalismo monopólico, tanto a través de la publicidad explícita cuanto del "pasaje gratis" que engancha y retiene al público. Puesto que la industria de la conciencia produce espectáculos consumibles y vendibles, su producto trata el pasado y el futuro como si fueran el presente, combinados en un presente eterno de un sistema que nunca se creó y nunca terminará. La sociedad del espectáculo, sin embargo, no se puede contrastar abstractamente con el mundo "real" de las personas y cosas reales. Los dos interactúan. El espectáculo invierte lo real y, a su vez, es producido y es real. Por tanto, como dice Debord, la realidad objetiva está presente en ambos lados. Pero ya que la sociedad del espectáculo es un sistema que, en realidad, pone al mundo de cabeza, la verdad que contiene es un momento de lo falso. Puesto que el espectáculo monopoliza el poder de hacer una aparición masiva, exige y obtiene la aceptación pasiva del mundo "real". Además, como es indiscutiblemente real (así como falso), tiene el poder persuasivo de la propaganda más efectiva.

Por último, otro ejemplo de conexiones necesarias son las que existen con la teoría del imperialismo y el socialismo en la etapa actual del capitalismo monopólico. Una teoría de la producción de audiencias a través de las comunicaciones masivas podría fortalecer de muchas maneras el análisis, por ejemplo, de Samir Amin (1974). La coca-colonización de los países dependientes y periféricos no se puede fundamentar en la teoría marxista sin prestar atención a la producción de audiencias para beneficio de las empresas multinacionales. Vincularía la teoría de Amin al trabajo de Herbert Schiller (1969) sobre la relación entre los medios masivos y el imperio estadounidense. Si se vincula al análisis de los aspectos ideológicos de la ciencia y la "tecnología", podría fortalecer el desarrollo de un marxismo no economicista, no positivo, no eurocéntrico.

Bibliografía citada

Amin, Samir (1974). *Accumulation on a World Scale.* New York, Monthly Review Press.

Debord, Guy (1970). *The Society of the Spectacle.* Detroit, Black and Red.

Gold, David A; Lo, Clarence Y. H. y Wright, Erik Olin (1975). "Recent Developments in Marxist Theories of the Capitalist State" en *Monthly Review*, octubre.

Schiller, Herbert I. (1969). *Mass Communications and American Empire, Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries.* New York, A. Kelley.

Smythe, Dallas W. (1977). "Communications: Blindspot of Western Marxism" en *Canadian Journal of Political and Social Theory/ Revue Canadienne de Théorie Politique et Sociale*, Vol. 1, N° 3. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

presupuesto de operaciones de la UPI en 1972 fue de 55 millones de dólares; el de AP en 1973, de 78 millones de dólares. Su poderío no radica en la dimensión financiera, sino en el manejo que hacen de la variable fundamental que es la información en la sociedad contemporánea. Para ello están presentes a través de todo el mundo. Su rol específico, dentro del sistema transnacional, es equivalente al que desempeñan los faros de un automóvil: iluminar la vía, ubicar los signos de peligro y cambios en la ruta, informar a los conductores del sistema sobre aquello que se relacione con sus intereses, encandilar a los peligrosos, ayudar a escoger el buen camino. Físicamente, como los faros del auto, son pequeñas pero determinantes; sin su valiosa información el sistema pierde operatividad y eficiencia y corre el riesgo de estrellarse contra situaciones imprevistas.

Todo lo anterior ha llevado a una situación en donde un reducido número de agencias ejercen un cuasi monopolio de hecho sobre los flujos informativos, incluyendo la información sobre y entre el Tercer Mundo. Esto tiene su origen en continuidades históricas cuyos efectos en terrenos paralelos, como el comercio internacional, financiamiento para el desarrollo, explotación de materias primas, manejo del sistema monetario, control de la tecnología y otros, han sido internacionalmente denunciados por los países del Tercer Mundo. Sin embargo, hasta antes de la reciente aprobación formal del *pool* de agencias de noticias de los Países No Alineados, no se había manifestado un grado tal de conciencia conceptual y de reacción política respecto de este fenómeno de dependencia informativa.

B. Comportamiento

Como resultado de la situación estructural recién descrita, el comportamiento concreto de las agencias de noticias se caracteriza por una serie de prácticas contrarias a las necesidades e intereses de los países del Tercer Mundo; en particular de aquellos que realizan esfuerzos por llevar adelante modificaciones estructurales internas fundamentales. Ello es igualmente aplicable a la información sobre las actividades de los grupos sociales nacionales que luchan por cambiar regímenes conservadores y represivos. Esto se manifiesta de diversas maneras, como las siguientes:

Los criterios de selección de las noticias están determinados, consciente o mecánicamente, por los intereses políticos y económicos del sistema transnacional y de los países donde dicho sistema tiene sus raíces. Así, se han constituido en un elemento central dentro de los dispositivos nacionales e internacionales tendientes a mantener el statu quo e impedir cambios reales. Realzan la información tendiente a demostrar que el sistema "funciona" adecuadamente y minimizan o califican negativamente a aquellas que implican denunciar el estado de cosas vigente o propugnan la necesidad de cambio. A nivel internacional, el mejor ejemplo reciente es la forma en que se presentan las acciones de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) (como causantes de la inflación mundial y la destrucción del sistema económico internacional, mediante el uso irresponsable del poder que da el petróleo), sin señalar en su real dimensión las implicaciones históricas que sus decisiones tienen para la modificación de la correlación de fuerzas internacionales. Para quienes dependen exclusivamente de los despachos internacionales, las acciones de la OPEP no tienen prácticamente ningún elemento positivo y la mayor parte de la información transnacional sobre este tema tiene un sabor de propaganda anti-OPEP. Igual cosa ocurre con la información tendiente a recalcar las fisuras y contradicciones del Tercer Mundo, la cual se usa para ilustrar las diferencias culturales menores o las disputas que tienen su origen en un pasado colonial. La difusión de conceptos como "cuarto" y "quinto" mundos van en la misma dirección.

El uso de "etiquetas", adjetivos y definiciones persuasivas es otro de los métodos políticos que se emplean para estigmatizar a los adversarios del sistema. Se habla del presidente "marxista" Salvador Allende, sin que ninguna agencia se permita hablar del presidente "capitalista" Richard Nixon o Gerald Ford. Los líderes políticos progresistas del Tercer Mundo son presentados como "extremistas" o "rebeldes", sin que se hable de políticos conservadores o retrógrados respecto de aquéllos que lo son. Los negociadores internacionales de los países progresistas son "retóricos", mientras que los del mundo industrializado son "pragmáticos". El lenguaje sirve para generar la imagen implícita de lo que es "normal" desde el punto de vista del "orden" que representan las agencias. Lo que quiebra esa "normalidad" se califica de tal manera que resulte evidente la necesidad de rechazarlo. La supuesta objetividad en la presentación de la información se ve desmentida por el uso arbitrario del lenguaje.

La distorsión de la noticia ha pasado a ser un recurso sistemático de la información noticiosa internacional. La distorsión no supone necesariamente una falsa presentación de los hechos, sino una selección arbitraria y una valoración intencionada de la realidad. Esta distorsión tiene diversas formas de expresión:

a. Sobredimensionar hechos sin trascendencia real. Lo anecdótico, lo irrelevante, lo considerado "folklórico" en los países del centro, se incorpora a la transmisión dándoles una característica de acontecimiento nacional que nunca tuvieron.
b. Juntar hechos aislados que se presentan como un todo, sin que el "todo" exista realmente (hacer noticia). Una suma de realidades parciales se presentan de tal manera que aparecen configurando una verdad total.
c. La distorsión por "implicación", que consiste en presentar hechos reales de tal manera que sus consecuencias implícitas sean favorables a los intereses del sistema transnacional. En eso consiste el resaltar los aspectos negativos de acontecimientos ocurridos en países progresistas o el minimizar sus logros, así como el extenderse largamente en las bondades de los instrumentos afines al sistema, tales como las empresas transnacionales. Tomemos un ejemplo: la difusión masiva y repetida a través del Grupo Andino, de la reacción adversa del Consejo de las Américas (organismo de empresas privadas norteamericanas con sede en Nueva York) a la Resolución 24, por la cual se establecía una reglamentación común a las inversiones extranjeras en la región, tuvo como resultado generar, implícitamente, la imagen de que los gobiernos andinos se habían "equivocado", que el flujo de inversiones extranjeras disminuiría "drásticamente" y que, en definitiva, las actitudes nacionalistas y liberadoras en materia económica conducirían al estancamiento económico.[2]
d. La distorsión precondicionadora de hechos. Determinados acontecimientos que tienen una dimensión específica son presentados de tal manera que crean temores o inquietudes infundadas, con el propósito de condicionar la futura actuación de personas, empresas, grupos sociales o gobiernos. El 27 de febrero de 1974, UPI despachó la siguiente información: «Nueva York, febrero 27 (UPI): Existe comprensible preocupación en Washington por una reunión de varios principales países productores de bauxita, programada en principio para el cinco de marzo en Conakry (Guinea). Algunos expertos consideran que la conferencia podría ser el comienzo de la creación de una serie de cárteles internacionales que controlarían las materias primas esenciales para las naciones industrializadas, lo que podría hacer retroceder la economía estadounidense en más de 40 años». Cables como éste son los que crean la imagen, en los países desarrollados, de que la creciente capacidad de organización de los países productores de materias primas es un "peligro" para su propio desarrollo. Ello lleva implícito el mensaje de que es "legítimo" que los países desarrollados se defiendan de esta situación y traten por todos los medios a su alcance de impedir la capacidad organizati-

va del Tercer Mundo. Paralelamente, el cable advierte a los países que se reúnen en Conakry que la preocupación de Washington es "comprensible" y que, por ende, si aquéllos llegaran a establecer un acuerdo sobre la bauxita, es lógico que pudieran producirse represalias.

e. La distorsión se manifiesta también en el silenciamiento de situaciones que han dejado de interesar a los países de origen de las agencias. Vietnam deja de ser noticia (excepto por algunos artículos esporádicos) después de que Estados Unidos es derrotado, en circunstancias en que su reunificación y los esfuerzos por desarrollarse luego de tan devastadora guerra, constituyen hechos de indudable significación internacional. Ni siquiera puede argumentarse que se trata de un país poco conocido y que a nadie ya interesa; por el contrario, incluso en términos puramente mercantiles, es obvio que los años de lucha crearon un "mercado" de público interesado.

III. Elementos para configurar políticas

La formulación de políticas frente a las agencias requiere de acciones a distintos niveles partiendo del cuestionamiento conceptual de las bases en que se fundamentan sus actividades.

A. La información es un bien social, no una mercancía

La información internacional es hoy una mercancía que se vende en el mercado. Las agencias negocian su colecta y observación de los hechos, así como su apreciación de los acontecimientos. En cierto modo, se "apropian" de la realidad y sus características por la sola circunstancia de disponer de la capacidad técnica para hacerla conocer. Su "comercialización" modifica la naturaleza e importancia relativa de los eventos, los cuales de hecho no ocurren para el público en general, a menos que sean escogidos para su publicación por las fuentes noticiosas. La agencia transforma así un hecho, cuya dimensión y compresión específicas están dadas por el contexto y las circunstancias que lo rodean, en una "noticia", que para serlo necesita presentarse de tal manera que resulte "vendible". La concepción mercantil de la noticia lleva estructuralmente implícita una sistemática discriminación en contra de aquellos hechos que no se pueden "vender" y que, por ende, de acuerdo con esta racionalidad, no son "noticia" porque no interesan al mercado dominante. Igualmente hay una tendencia a la distorsión para adecuar el enfoque de los hechos a las formas que los hagan más vendibles. En este proceso, la naturaleza social del acontecimiento y su racionalidad propia, en función del marco histórico-cultural que lo origina, se pierden completamente dando lugar a un mensaje descontextualizado y determinado en su contenido por la "lógica" del mercado.

La selección y adaptación de los hechos al mercado obliga a orientar la información según la "demanda" de dicho mercado. Ello plantea la necesidad de determinar cómo se configura esa demanda; ¿quién o quiénes determinan lo que el mercado quiere? La respuesta vincula de manera directa a las agencias de noticias con la estructura transnacional de poder imperante.

En primer lugar, una gran cantidad de "usuarios" de los servicios de las agencias se encuentran en el mundo capitalista industrializado, requiriendo lógicamente información conforme a la racionalidad propia de dicho sistema. En segundo lugar, están los "usuarios" primarios (periódicos, revistas, televisión y radio) del Tercer Mundo, la mayor parte vinculados normalmente a las estructuras de poder locales que, a su vez, están relacionadas a través de diversas formas con la estructura de poder transnacional. El tercer elemento es la publicidad. La estructura de comunicación, tanto en el centro como en la periferia, está organizada de tal manera que los usuarios primarios de información dependen de ella para su subsistencia. La publicidad, a su vez, está orientada por los valores, prácticas e influencias directas de las grandes agencias transnacionales de publicidad. Además, la publicidad contratada por las empresas transnacionales constituye un porcentaje determinante y con frecuencia mayoritario de los ingresos que reciben los usuarios primarios de información por ese concepto. Así, la publicidad es un instrumento de control financiero y, por ende, político, de los medios de comunicación. La existencia de una relación directa entre la orientación política de un medio de comunicación y el volumen de publicidad que recibe, está demostrada por la reiterada experiencia de los medios de comunicación progresistas, tales como canales de televisión, estaciones de radio, periódicos y revistas, que rara vez son utilizados por las agencias de publicidad y las empresas transnacionales. En cuarto lugar, los usuarios primarios de la información internacional, en la mayoría de los países del Tercer Mundo, ejercen sus actividades en el contexto de políticas de desarrollo más o menos miméticas e imitativas de los patrones de consumo del mundo industrializado. Ello lleva a que el contenido del "paquete" que ofrece el usuario primario (noticias, publicidad, diversión, análisis político, aspectos culturales) está, de una u otra manera, influido por las presiones consumistas del modelo y las necesidades y opiniones de los sectores que concentran los mayores ingresos.

De esta manera se cierra el círculo. La información se origina en un reducido número de agencias, todas ellas del mundo industrializado, que es recibida en el Tercer Mundo por una mayoría de usuarios primarios relacionados con la estructura transnacional de poder, y que, finalmente, es colocada en un mercado dominado por estilos de consumo definidos por las necesidades de una minoría de la población. En este proceso, la información dejó de ser un acontecimiento significativo en función de sus raíces y marco de origen, para transformarse en una mercadería desprovista de todo valor social. Incluso la capacidad de participación política se ve afectada, porque los modelos informativos adoptan formas destinadas a "entretener" al público, al cual se le distrae pero no se le informa. La necesidad de comprensión de los eventos en su propia realidad es reemplazada por la necesidad de vender y por la de asegurar su aceptación en el mercado. Esta situación impide en buena parte a las grandes agencias con mayor penetración en el Tercer Mundo el cumplimiento satisfactorio de su función social de informar.

B. Marco de responsabilidad para el ejercicio de las actividades de las agencias

La información es una función social, no debe ser un negocio. Como toda función social que se ejerce en nombre y al servicio de la comunidad, su ejercicio no debe quedar librado al arbitrio de quien la opere. Además, la transmisión de información otorga poder y toda sociedad debe organizarse para que aquellos que detenten poder sean socialmente responsables de su ejercicio. Para ello se han desarrollado –en diversas otras áreas– parámetros conforme a los cuales se orienta y encuadra la acción específica de quienes detentan poder. Existen motivos suficientes para aplicar similares criterios sociales a las agencias transnacionales de noticias.

Las agencias transnacionales de noticias son organismos extranjeros que operan dentro de cada país. Toda nación, en ejercicio de su soberanía, tiene el derecho de crear un marco de responsabilidad para el ejercicio de las actividades de "entes extranjeros" que actúan en su territorio. Ningún ente extranjero tiene *per se* el derecho de actuar, trabajar o producir en otro país. Ese derecho se le otorga porque se considera que su presencia prestará un servicio al país y al entendimiento internacional. Esto es válido incluso para un ente extranjero que goza de extraterritorialidad legal, como lo es una embajada, porque presta un servicio a las relaciones internacionales de ambos países, pero cuyos derechos caducan automáticamente al momento en que cesen tales vinculaciones diplomáticas. Respecto de las agencias, es necesario definir la naturaleza de los beneficios mutuos que su actividad conlleva,

entendido ello en términos amplios para crear las condiciones necesarias para una información segura y responsable que fluya en ambos sentidos, hacia y desde un determinado país, y no exclusivamente de acuerdo con los puntos de vista de un gobierno en particular. El marco jurídico debe reconocer la independencia de acción de la agencia; pero, al mismo tiempo, debe orientar el ejercicio de la libertad informativa dentro de normas que permitan eliminar o rectificar las instancias de comportamientos nocivos como los que se han descrito.

El derecho a crear un marco de responsabilidad para el ejercicio de la actividad de las agencias que surge de la argumentación anterior, se sitúa en un contexto más amplio aún: el proceso de liberación política, económica y cultural al que, por diversos medios y a ritmos distintos de progreso, se encuentran abocados un importante número de países del Tercer Mundo. El proceso de descolonización que se inició en las postrimerías de la Segunda Guerra Mundial ha pasado por diversas etapas, en cuyo transcurso el contenido específico de la lucha ha ido cambiando, agregándose sucesiva y progresivamente nuevas áreas de enfrentamiento para reducir la dependencia externa y aumentar la autodependencia.

Inicialmente el combate se libró en el terreno puramente político: en África y Asia, por el derecho a ser naciones independientes; en América Latina, por crear estructuras jurídicas que impidieran las sistemáticas intervenciones militares directas que han caracterizado la política de la potencia hegemónica en el continente. Se creó el marco político para la aceptación universal del principio de autodeterminación de los pueblos y de la no intervención, elevado a la categoría central de las relaciones internacionales por la Carta de las Naciones Unidas. Así se trató de establecer condiciones mínimas de seguridad política.

Con todas las imperfecciones conocidas, esta estructura obligó sin embargo a las potencias coloniales europeas y a Estados Unidos a orientar el ejercicio directo de su poder a través del instrumental económico antes que el político-militar, a pesar de que indudablemente hay ejemplos flagrantes de lo contrario (en Argelia, en la República Dominicana, en Egipto sobre el Canal de Suez, y en Vietnam, entre otros). Ello fue situando progresivamente el frente de confrontación entre el centro y la periferia en el terreno económico, pasando por la denuncia de los principios del GATT y los acuerdos de Bretton Woods y llegando a una etapa cualitativamente superior con las acciones de la OPEP, la aprobación de la Carta de Derechos y Deberes Económicos de los Estados, la declaración para el establecimiento de un Nuevo Orden Económico Internacional y la creación de instrumentos iniciales para la negociación de ese nuevo orden económico internacional (en la Conferencia sobre Cooperación Económica Internacional y UNCTAD IV).

Todo esto ha llevado al convencimiento de la necesidad de afianzar la seguridad económica, individual y colectiva de los países del Tercer Mundo para poder ejercer efectivamente la soberanía política. Esta batalla por la seguridad política y económica está destinada esencialmente a crear condiciones que impidan que los países del Tercer Mundo se vean obligados a actuar en un determinado sentido por imposición de los poderosos.

Es en ese contexto que en los últimos años surgió la evidencia de que junto con la fuerza de las presiones económicas, existe un instrumento complementario cuyo uso es menos conflictivo y más sutil, pero igualmente efectivo: el de la dominación cultural y la transmisión de estilos de consumo y desarrollo que incorporan sicológica y prácticamente a los hombres del Tercer Mundo al sistema de valores de la estructura transnacional de poder. De esta manera, sin aparente presión política o económica, se ha de actuar en función cultural y del ofrecimiento de un estilo de vida que los transforma en "hombres desarrollados" liberados del estigma del "subdesarrollo". En esta tarea se produce una alianza de intereses entre las burguesías internas de los países del Tercer Mundo y el sistema transnacional. La complicidad surge del hecho de que ambos están igualmente interesados en promover estilos de desarrollo consumistas que respondan al modelo transnacional. Contradicciones menores surgen sobre la manera de repartirse el mercado, pero no sobre la necesidad de crearlo. Para todo ello, controlar los instrumentos de la comunicación es vital; y así lo han hecho. Dentro de este marco los medios de comunicación internacional y sus apéndices locales se transforman en los caballos de Troya de los estilos de consumo transnacionales.

Así, nos encontramos hoy en una tercera faceta de la lucha por la liberación (claramente entremezclada con las dos anteriores): la de crear condiciones para la seguridad cultural de los países del Tercer Mundo, y dentro de ella, la afirmación del derecho a la *seguridad de la información*. Sin embargo, dicha seguridad es todavía imposible por la manera en que las agencias transnacionales de noticias aplican y utilizan en su beneficio el principio del libre flujo de la información.

C. La necesidad de cuestionar la aplicación actual del principio del "libre flujo de la información"

La necesidad de afianzar la visión social arriba descrita –la característica de bien social de la información, el ejercicio responsable del poder social por parte de las agencias y los esfuerzos por afirmar la seguridad de la información– lleva inevitablemente a plantearse el problema de crear un marco para el ejercicio responsable de las actividades de las agencias de noticias. Ello a su vez requiere aceptar la idea de que lo se necesita es un "flujo libre y equilibrado de información responsable".

Los lazos existentes entre los intereses transnacionales norteamericanos y la fuerte presión ejercida por parte de Estados Unidos en los años siguientes a la Segunda Guerra Mundial por imponer el "libre flujo" como principio rector de las comunicaciones internacionales, han sido clara y precisamente delineados por Schiller.[3]

Las prácticas operativas de las agencias han demostrado concretamente que ellas han puesto su capacidad y saber profesional al servicio de la estructura transnacional de poder, y esto indica la necesidad de demostrar en términos conceptuales las limitaciones, discriminaciones implícitas e imperfecciones con que se ha aplicado el principio del "libre flujo".

El libre flujo, tal como lo aplican las transnacionales, es la consagración formal del *laissez faire* en materia informativa. En su virtud una agencia de noticias puede abusar del ejercicio de su capacidad de información sin ser responsable ante nadie por los excesos, omisiones o distorsiones que haya cometido. El libre flujo otorga carta blanca para orientar la información de la manera que más convenga o interese a una agencia de noticias, con la sola y única limitación de responder a la demanda de "su" mercado. Se legitima así la visión unilateral de las agencias como la única verdadera, puesto que es la que se llega a conocer a través del mundo. Socialmente, el libre flujo asegura la impunidad de las tergiversaciones y el predominio del fuerte sobre el débil en el área de la información internacional. El resultado está a la vista: la concentración y consolidación monopólica de cuatro agencias transnacionales de noticias, para el control del flujo informativo desde, hacia y dentro del Tercer Mundo. Aceptar la continuada vigencia de la actual aplicación del principio del libre flujo equivaldría a aceptar como principio rector de las relaciones internacionales –en otro terreno– la libre utilización del poder económico para presionar a los países del Tercer Mundo.

El libre flujo en materia cultural e informativa es el instrumento básico de la estructura de dominación transnacional en el ámbito de las comunicaciones y no debe continuar vigente con la aplicación práctica que ha tenido hasta ahora. No planteamos su eliminación, sino su incorporación a un marco en donde

el ejercicio del rol informativo de las agencias se encuadre dentro de ciertas normas de conducta. En este contexto, se debe dar particular consideración a los siguientes temas:

a) Creación de un marco de responsabilidad jurídica y social de las agencias por sus acciones informativas.
b) Requerir a las agencias informativas normas respecto de

   - sus criterios de conducta profesional, prácticas operacionales y concepto periodístico sobre los cuales piensa desarrollar su acción;
   - su estructura de propiedad y control, y la naturaleza de las políticas operacionales definidas por la casa matriz;
   - su estructura financiera y comercial global, indicando fuentes de ingreso, vinculaciones bancarias, nexos con empresas publicitarias y de comunicación transnacionales;
   - su voluntad de cooperar positivamente con los estudios que entidades oficiales o académicas emprendan sobre los contenidos, formas y características de sus actividades.

c) Reconocimiento del derecho de las agencias a un análisis crítico –positivo o negativo– del acontecer nacional, junto con el establecimiento del derecho a réplica nacional, similar al ya aceptado en materia de legislación interna.

IV. Comentarios finales

El enfoque conceptual de este documento pretende señalar las implicaciones de las actividades de las agencias transnacionales de noticias en el Tercer Mundo. Debe también anotarse que muchos de los países industrializados medianos y pequeños están en una situación similar en materia de dependencia informativa en lo que se refiere a las grandes agencias aquí citadas. Esto significa que en algunos aspectos no hay una clara dicotomía Norte/Sur o Centro/Periferia en este campo, sino que, por el contrario, existen áreas de interés común entre los países del Tercer Mundo y algunos países industrializados. Ello constituye un indicador de tipo político, pues abre el camino hacia nuevas formas de cooperación para beneficio mutuo.

La aplicación política práctica de estas ideas no será fácil y se presentarán abundantes problemas a lo largo del camino. No propugnamos un control gubernamental sobre las agencias. Estamos contra el monopolio etnocéntrico en el flujo de noticias y la falta de responsabilidad social de las agencias de noticias por sus acciones. Creemos que entre estos dos extremos habrán de surgir políticas que reconozcan que el acceso a una información segura y responsable junto con una sustantiva participación del receptor en el proceso de la comunicación, son partes integrales del ejercicio de los derechos humanos. Si el acceso a la información es un derecho humano, la función social de la comunicación debe ser considerada como un servicio al que los individuos y la comunidad tienen derecho. Dicha misión no debe ser ejercida exclusivamente en función de los intereses o modos de percepción de los dueños de los medios de comunicación, los periodistas a los gobiernos. En este contexto, la función social debe responder a criterios sociales. Tal como en el caso de las estrategias para el desarrollo, la diversidad y el pluralismo deben caracterizar los modelos de información y la manera en que ellos respondan a las necesidades nacionales.

El análisis precedente está concebido como un aporte a la definición de un marco conceptual para enfocar la actividad de las agencias transnacionales de noticias. Las propuestas generales presentadas, especialmente las referidas a la necesidad de crear un marco de responsabilidad jurídica y social que norme la actividad informativa de las agencias, habrán de complementarse con una serie de otras medidas tendientes a crear y perfeccionar vías alternativas de información y a reforzar la autodependencia colectiva en esta materia entre los países del Tercer Mundo. Se han propuesto acciones de esta naturaleza en diversas declaraciones de los Países No Alineados: en la Conferencia de Jefes de Estado celebrada en Argelia en 1973, en la reunión de Ministros de Relaciones Exteriores que tuvo lugar en Lima en 1975, en el simposio de información celebrado en Túnez en 1976 y en la Reunión de Ministros de Información realizada en Nueva Delhi el mismo año. Finalmente, en agosto de 1976 los Jefes de Estado de los Países No Alineados adoptaron en Colombo decisiones fundamentales.

El proceso que culmina con la junta cumbre de Colombo representa una reorientación política y conceptual fundamental en el análisis de la estructura internacional de las comunicaciones. Al igual que con otros temas en el pasado, los Países No Alineados han colocado de manera perentoria sobre la mesa de negociaciones internacionales un tema largamente olvidado: la dependencia informativa.

Las decisiones adoptadas conformarán el marco político para el trabajo de continuar elaborando una correcta base empírica y conceptual sobre la cual construir las futuras proposiciones y acciones políticas. El proceso que condujo a Colombo y los acuerdos allí adoptados tendrán un impacto fundamental sobre los institutos de investigación del Tercer Mundo activos en este campo. Servirán también para resaltar la importancia política de esta materia y para impulsar el análisis intelectual que permitirá desarrollar instrumentos conceptuales que se opongan, en todas sus manifestaciones, a la actual dependencia informativa.

Muchos conceptos tendrán que ser elaborados y desarrollados en mayor detalle; entre ellos, la soberanía cultural y la seguridad de la información, la información como bien social y no como una mercancía, los nuevos principios que deben gobernar el flujo de la información internacional, el desarrollo de un marco jurídico que oriente la información internacional, el derecho a la información como un ejercicio básico de los derechos humanos, el desarrollo de diferentes "modelos de información" (participación, velocidad, selección, criterios de calificación), el rol de la información al servicio de la estructura transnacional de poder, las formas y los foros en los que se negocie el nuevo orden de la información internacional, y otros más. Ésta es una nueva área de interacción entre los grupos políticos de decisión y los institutos de investigación. Como se puso de manifiesto en el documento de Análisis y Conclusiones del Seminario sobre *El rol de la información dentro del nuevo orden internacional* organizado por el ILET en la ciudad de México, con la cooperación de la fundación Dag Hammarskjöld, «un elemento central para la obtención de un nuevo orden informativo internacional, es el pensamiento propio. No habrá cambios sin conceptos que salgan al paso a las ideas y prácticas predominantes. Se requiere una elaboración intelectual y metodológicamente diferente».

Colombo destacó y reafirmó la necesidad de generar un pensamiento autónomo. También lanzó un enorme desafío a los investigadores e intelectuales del Tercer Mundo.

Notas

1 Hester, Al. (1974) "International News Agencies" en Alan Wells (ed.) *Mass Communication: A World View*. Palo Alto, Calif., Mayfield Publishing.

2 La Resolución 24 fue aprobada en diciembre de 1970 y ha constituido hasta ahora la columna vertebral política del Grupo Andino. Al presente está bajo fuertes ataques por parte de elementos conservadores relacionados con la estructura transnacional de poder en la región andina.

3 Schiller, Herbert (1975). "La libre circulation de l'information et la domination mondiale" en *Le Monde Diplomatique*, septiembre.

Somavía, Juan (1977). Publicado originalmente en Reyes Matta, Fernando (ed.). *La información en el nuevo orden internacional*. México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET). Reproducción autorizada por F. Reyes Matta.

Educar, ¿para qué?

Mario Kaplún

La cuestión no es sólo la de cuánto podemos hacer, sino también la de cómo debemos hacerlo. Aunque este trabajo está consagrado fundamentalmente a técnicas y prácticas de la producción radiofónica, de poco sirven las técnicas sin una base teórica. Máxime cuando no estamos viendo el hacer radio como un fin en sí mismo, sino que nos proponemos utilizarla con un fin educativo. No es posible abordar una tarea de educación, por el medio que sea, sin tener claro previamente el tipo de pedagogía que hemos de adoptar y qué función asignamos a nuestra acción educativa.

Tres opciones educativas

Seguiremos aquí el certero esquema de Juan Díaz Bordenave,[1] quien propone distinguir tres tipos de educación entre los cuales debemos optar.

Aunque naturalmente, como él bien advierte, ninguno de estos tipos se da químicamente puro en la realidad sino que se entremezclan y se encuentran presentes, en distintas proporciones, en las diversas acciones educativas concretas, es posible discernir entre tres modelos de educación:

1. Educación que pone énfasis en los contenidos.
2. Educación que pone énfasis en los resultados.
3. Educación que pone énfasis en el proceso.

En la forma, inevitablemente simplificada, que nos impone la concisión y que nos obligará a acentuar los rasgos, aún a riesgo de resultar a veces un poco injustos tratemos de describir y caracterizar esquemáticamente cada uno de estos tres tipos.

El primer tipo: educación que pone énfasis en los contenidos

«Corresponde a la educación tradicional, basada esencialmente en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la elite a las masas». Tiende, pues, a ser vertical, generalmente autoritaria y muchas veces paternalista. El profesor, el instruido, "el que sabe", acude a enseñar al "ignorante", al que "no sabe".

Es el tipo de educación que, como el lector seguramente habrá reconocido ya, uno de sus más serios críticos, Paulo Freire, calificó de "bancaria": el educador deposita conocimientos en la mente del educando. Se trata de "inculcar" conocimientos, de introducirlos en la memoria del alumno, el que es visto como receptáculo y depositario de informaciones. Repetidamente se ha reprochado a la escuela tradicional su tendencia a confundir la auténtica educación con lo que es mera instrucción, con lo cual —se ha dicho también— ella informa más que forma.

Si encontramos este tipo de educación como prevaleciente en el sistema escolar convencional, tanto más aún predomina en la llamada "educación radiofónica", en la cual, por propia limitación del medio, el alumno se halla ausente y reducido al silencio y la pasividad. Sólo le queda escuchar, repetir lo que le indica el radio-profesor y "aprendérselo". Muchas de las tan meritorias "escuelas radiofónicas" de América Latina, destinadas a la educación de campesinos adultos, han reaccionado saludablemente contra este método pasivo y lo rechazan, en muchos casos con indudable sinceridad; en sus postulados hoy sustentan los principios de una educación "liberadora" y "personalizante"; pero sus emisiones, sin embargo, continúan sujetas a este esquema mecanicista —maestro que "enseña", alumno que "aprende"— porque no han encontrado otra manera de educar a través de la radio ni han desarrollado otros tipos de producción de programas educativos.

Las características metodológicas de este tipo de educación son bien conocidas. Díaz Bordenave señala entre ellas que «el profesor y el texto son la base del método (en el caso de los servicios de educación radiofónica, el texto es la cartilla que se entrega a los alumnos y cuyas lecciones y ejercicios éstos deben seguir estrictamente); los programas de estudio son frondosos y basados en los conceptos y datos que el profesor o el comunicador considera importantes; se concede poca importancia al diálogo y a la realimentación, se premia la buena retención de los contenidos (esto es, su memorización) y se sanciona la reproducción poco fiel o demasiado original de los mismos».

No es difícil inferir las consecuencias. «El alumno (el oyente, el público), se habitúa a la pasividad y no desarrolla su propia capacidad de razonar y su conciencia crítica; se establece una diferencia de *status* entre el profesor y el alumno; se fomenta una estructura mental de acatamiento al autoritarismo, ya que el alumno "internaliza" la superioridad y autoridad del maestro; los alumnos adquieren una mente "cerrada" o dogmática, incapaz de juzgar los mensajes recibidos por sus propios méritos, independientemente de la autoridad de la fuente». Se hacen simplistas; experimentan la necesidad de que lo blanco sea totalmente blanco y lo negro totalmente negro; se advierte en ellos la "procura ansiosa" de fórmulas, «de estructuras de organización y disciplina, y la baja tolerancia a la ambigüedad y al análisis crítico».

El segundo tipo: educación que pone énfasis en los resultados

Es el que más ha influido en la comunicación; en casi todos los manuales de comunicación que se utilizan como textos de estudio en nuestros países, los estudiantes encuentran, explícita o implícitamente, los principios rectores de este tipo de educación. De ahí la importancia de analizarlo con atención.

Surgió en América Latina como una primera respuesta al problema del subdesarrollo. Se pensaba en la solución para la pobreza en que se hallaban sumidos nuestros países, era la "modernización", esto es, la adopción de las características y los métodos de producción de los países llamados desarrollados. Era necesario multiplicar aceleradamente la producción y lograr un rápido aumento de los índices de productividad; y para ello era imprescindible la introducción de nuevas y modernas tecnologías. Las innovaciones tecnológicas eran vistas como la panacea para todos nuestros males; ellas por sí solas nos permitirían alcanzar progresos espectaculares.

La educación tenía que servir para lograr estas metas. Por ejemplo, ella debía ser aplicada para persuadir a los campesinos "atrasados" a abandonar sus métodos agrícolas primitivos y enseñarles rápidamente las nuevas técnicas. Los medios de comunicación debían ser utilizados para instrumentar este cambio y cumplir esta función permanente y penetrante de persuasión. De ahí la importancia que este modelo de desarrollo asignó a las técnicas de comunicación.

Para estos nuevos educadores y comunicadores de "la década del desarrollo" —cuya buena fe y sincero espíritu de cooperación, por otra parte, están fuera de cuestión—, el problema consistía, pues, en encontrar los recursos más rápidos y eficaces para que nuestras gentes "primitivas y atrasadas" aceptaran los cambios, consintieran en modificar sus hábitos y costumbres tradicionales y adoptaran las nuevas tecnologías. ¿Cómo cambiar a la gente? ¿Qué técnicas de persuasión emplear; qué resortes psicológicos aplicar?

Así surgió la llamada "ingeniería del comportamiento". En los textos de comunicación escritos hacia el final de la década del 50, es posible encontrar definiciones tan ilustrativas como las siguientes: «El comunicador es una especie de arquitecto de la conducta humana, un practicante de la ingeniería del comportamiento, cuya función es inducir a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que le permitan aumentar su producción y su productividad y elevar sus niveles y hábitos

de vida»... «Comunicar no es el sólo acto de emitir mensajes o señales ni la acción de usar medios o canales. Comunicar es el arte de provocar significados y producir comportamientos; es suscitar cambios en el pensamiento, el sentimiento y la acción de las personas humanas. Comunicar es emitir mensajes con la definida intención de lograr que las personas se comporten de un cierto modo en particular. O, más exactamente aún, es producir estos comportamientos mediante la emisión de mensajes».

Otra expresión típica de esta educación "vertical-persuasivo-difusionista", es "cambio de actitudes", entendida como la sustitución de hábitos tradicionales por otros favorables a las nuevas tecnologías.

Puede apreciarse hasta qué punto este tipo de educación se caracteriza por poner su énfasis en los resultados, en formulaciones como la siguiente: «Cuando aprendemos a expresar nuestro mensaje en términos de respuestas específicas de parte de aquellos que lo reciben, damos el primer paso hacia la comunicación eficiente y eficaz [...] Ante una propuesta de cambio —intento de comunicación— la reacción del sujeto puede ser positiva o negativa. Por ejemplo, cuando a través de nuestra campaña educativa proponemos al campesino adoptar un nuevo producto químico para combatir determinada plaga, el campesino puede aceptar la propuesta o puede rechazarla. Si la acepta, hay comunicación [...]. Si no ha habido el cambio apetecido, si no se produjo la respuesta deseada ante el estímulo empleado, puede considerarse que la comunicación ha sido fallida. O, más radicalmente aún, puede afirmarse técnicamente que no hubo comunicación».

No es que este tipo de educación no "tenga en cuenta" al hombre. Por el contrario, existe todo un vasto estudio de la psicología humana desarrollado al servicio de esta corriente. Pero no es una psicología que procure el pleno desarrollo autónomo de la personalidad del individuo, sino que investiga los mecanismos para poder "persuadirlo" y "conducirlo" más eficazmente; para moldear la conducta de las personas de acuerdo con los objetivos previamente establecidos. Tal es el enfoque de la psicología *behaviorista* o conductista, que tiene como su principal representante a Skinner, y que se basa en el juego de estímulos y recompensas.

Son bien conocidas a este respecto las teorías del científico de la comunicación norteamericana David Berlo, quien asigna al hábito un papel de trascendencia definitiva en la comunicación. Por hábito entiende Berlo «la relación entre el estímulo y la respuesta que la persona da a ese estímulo, respuesta por la cual recibe recompensa» (como se ve, un principio muy semejante a la teoría de los reflejos condicionados de Pavlov). De ahí que para él la recompensa cumple un papel de importancia capital en las técnicas de comunicación. Ella es la que determina la creación de nuevos hábitos en el individuo, así como el ritmo y el volumen de su aprendizaje. Cuanto mayor sea la recompensa ofrecida y cuanto con más prontitud ésta se concrete, mayor eficacia tendrá la respuesta producida ante el estímulo y más se desarrollará y se fortalecerá el nuevo hábito en reemplazo del viejo. En consonancia con estos preceptos, Berlo recomienda a los comunicadores ofrecer siempre a su público un incentivo, una recompensa en cada mensaje; y una recompensa rápida, prontamente alcanzable. «Estudie qué es lo que puede mover a la acción a su público».

Acaso deba explicarse por la influencia de estas teorías educativas un hecho sugestivo en la ejecución de muchos planes de desarrollo realizados en América Latina: las acciones de comunicación que se juzgan necesarias para su éxito no son encargadas a comunicadores-educadores sino a agencias de publicidad comercial. Tal vez se considera que ellas, acostumbradas a lograr que el público compre y consuma determinados productos por efecto de campañas masivas, conocen y manejan mejor que nadie los mecanismos, técnicas y recursos basados en el juego del estímulo y la recompensa.

Llama, asimismo, la atención que, en el uso de la radio, este tipo de comunicación educativa prefiera emplear "campañas masivas" basadas en cuñas de diez o veinte segundos insistentemente repetidas y no programas de quince o treinta minutos donde se puede explicar los fundamentos y objetivos de la conducta que se propone y desarrollar un razonamiento.

No hay duda de que, como bien señala Díaz Bordenave en su estudio, «en términos de eficacia y eficiencia, este tipo de educación ofrece evidentes ventajas sobre el de educación "bancaria"» descrito anteriormente. Sin embargo, los críticos enumeran serias dudas, tales como las siguientes:

«Al ser establecidos los objetivos de manera específica y relativamente rígida por el profesor, instructor o comunicador, el alumno se acostumbra a ser guiado por otros; si además las recompensas o refuerzos son también establecidos por otros, el alumno se habitúa a conformar su vida al apoyo y aprobación de fuerzas exteriores».

En segundo lugar, «se implantan o refuerzan valores de carácter mercantil o utilitario, tales como el éxito material como criterio de realización personal, el consumismo, el individualismo, la competencia, la rentabilidad», la obtención de ganancias económicas personales como objetivo básico en la vida, etc. (la misma noción de "recompensa" personal consustancia estos valores). En cambio, se dejan de lado la actividad cooperativa y los valores solidarios y comunitarios, «tan indispensables para un continente subdesarrollado, cuya fuerza se basa en la unión de los débiles».

Por otra parte —y ésta es quizá una de las críticas más relevantes— «el método no pone atención en el desarrollo de la inteligencia en sí, lo cual aquí se produciría sólo como una consecuencia subsidiaria. Al importarle sólo los resultados en términos de logro de objetivos preestablecidos, es dudoso que este tipo de educación contribuya al desarrollo de la creatividad, de la originalidad y de la conciencia crítica. Tampoco será fácil que favorezca la interrelación con el ambiente natural y social, ni una globalización integrada de los conocimientos adquiridos».

«Se le asigna a la comunicación una función instrumentalizadora y persuasiva, dejándose de lado otras funciones importantes, como el auto-conocimiento, la auto-expresión, el relacionamiento mutuo, la animación social, la promoción del desarrollo de la conciencia social y la conciencia crítica de la población».

Pero, aún en términos de mera eficacia, este tipo de educación está siendo cuestionada ya que, en opinión de muchos analistas, los resultados obtenidos son contraproducentes en relación a los objetivos deseados. La comunicación aplicada a la transferencia de tecnología agrícola, por ejemplo, ha tenido como resultado en la mayoría de los casos, según aseveran estos analistas, el rechazo de los mensajes por los usuarios.

Cada vez se hace más evidente que ningún desarrollo es posible —ni aún en términos de mero crecimiento económico— sin la participación activa de la gente, sin toma autónoma de decisiones, sin creatividad, sin iniciativa. Y ello, entre otros motivos, porque el desarrollo de América Latina no puede ofrecer "recompensas" individuales inmediatas sino que exige, por el contrario, espíritu de lucha, de sacrificio libremente asumido, de cooperación comunitaria.

El tercer tipo: educación que pone énfasis en el proceso

Este tipo de educación, en la caracterización que de él hace Díaz Bordenave, «destaca la importancia del proceso de transformación de las personas y de las comunidades. No se preocupa tanto de la materia a ser comunicada ni de los resultados en términos de comportamiento, sino más bien de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad, y del desarrollo de la capacidad intelectual y de la conciencia social».

No es que este tipo de educación niegue ni desatienda las necesidades y requerimientos del desarrollo; pero empieza por partir de una concepción distinta de este desarrollo, visto aquí como una realización integral del hombre, que ha de conducirlo no sólo ni tanto a tener más, cuanto a ser más. Piensa, además que, aún para alcanzar las metas de un desarrollo puramente cuantitativo y material, se necesita una honda transformación en la educación del pueblo, que haga hombres pensantes, capaces de participar activamente en el proceso, más responsables y más creativos.

Si bien se mira, este modelo que se está examinando también propende, como el anterior, a un cierto "cambio de actitudes", pero no asociado sólo ni principalmente a la adopción de nuevas tecnologías. El cambio fundamental aquí consiste en el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico; de un hombre a quien los condicionamientos de su medio lo han hecho pasivo, conformista, fatalista, a un hombre que asuma su propio destino; un hombre capaz de superar sus tendencias egoístas e individualistas y abrirse a los valores solidarios y comunitarios.

Si se pudo caracterizar esquemáticamente el primer tipo de educación como el que se propone que el sujeto *aprenda* y el segundo como el que busca que el sujeto *haga*, podría decirse que lo que procura este tercer tipo, es que el hombre *piense*.

Como expresa Paulo Freire, «si la vocación ontológica del hombre es la de ser sujeto y no objeto, sólo podrá desarrollarla en la medida en que, reflexionando en sus condiciones tiempo-espaciales, se inserte en ellas críticamente. Cuanto más sea llevado a reflexionar sobre su situacionalidad, sobre su enraizamiento tiempo-espacial, más emergerá de ella conscientemente "cargado" de compromiso con su realidad, de la cual, porque es sujeto, no debe ser mero espectador, sino que debe intervenir cada vez más».[2]

Se trata de una educación problematizadora; y la primera consecuencia metodológica que anota Díaz Bordenave es que, en este modelo, «la comunicación y la educación tienen por objeto ayudar a la persona a "problematizar" su realidad, tanto física como social. Se busca estimular la inteligencia del hombre, para que ella crezca en el sentido de hacer más compleja su estructura y más rápido y flexible su funcionamiento». Lo que importa aquí es que, más que aprender *cosas*, el sujeto aprenda a aprender; que se haga capaz de razonar por su cuenta, de «superar las constataciones puramente empíricas e inmediatas de los hechos observados y desarrollar su propia capacidad deductiva». Lo que el adulto carente de educación necesita no es sólo ni tanto conocimientos, cuanto instrumentos para pensar. Su mayor carencia no está en los datos y nociones que ignora, sino en los condicionamientos de su raciocinio no ejercitado, que lo reducen sólo a lo que es capaz de percibir en su entorno inmediato, en lo contingente.

De ahí que, en la acertada síntesis de O' Sullivan-Ryan, este tipo de educación procura «el cultivo de la inteligencia más que el de la memoria; más que por la enseñanza y por el proceso de enseñar se interesa por el aprendizaje y por el proceso de aprendizaje: el aprender a aprender; considera como vital la actividad de la inteligencia y de la voluntad para lograr precisamente una educación liberadora, que devuelva al hombre su propia humanidad».[3]

Junto al desarrollo de la inteligencia, este tipo de educación procura el desarrollo de la conciencia. Busca favorecer un proceso que lleve al cuestionamiento y la transformación de esa cosmovisión quietista y fatalista que aletarga a las masas latinoamericanas y constituye un lastre tan paralizante para su auténtico desarrollo. Es el proceso que plantea Freire cuando distingue distintos estadios en la conciencia y habla del pasaje de la conciencia mágica a la conciencia ingenua y de ésta a la conciencia crítica.

Pero para Díaz Bordenave, «el mayor triunfo de este tipo de educación es la toma de conciencia de

la propia dignidad, del propio valor como persona, de la libertad esencial que el hombre tiene para realizarse plenamente como tal [...] en su entrega libre a los demás hombres».

Evidentemente este tipo de educación involucra la participación y prepara para la misma. «Corresponde a la educación popular crear las condiciones pedagógicas para una práctica de participación».[4] A los efectos de su aplicación a la radio, conviene subrayar esta acertada formulación. En una reacción, explicable y sana, pero a nuestro entender exagerada, al verticalismo imperante en los tipos tradicionales de comunicación, ha surgido una corriente que sólo acepta una comunicación como válida si es "horizontal" y participativa. Así, sólo serán reconocidos como instrumentos válidos de educación popular, aquellos programas de radio en los que el pueblo se autoexpresa directamente "sin intermediarios" y donde deja de ser oyente para "hacer oír su propia voz".

Si bien valoramos este tipo de comunicación y le asignamos gran importancia en la programación, creemos que no todo programa de radio puede responder a este modelo ni tiene por qué ceñirse siempre a él. Lo importante es que contribuya a la participación, que la prepare; que cree, como dicen Bezerra y García Ramírez, «las condiciones pedagógicas para una práctica participativa». Un programa de radio ya puede hacer mucho y constituirse en un elemento muy útil y muy válido de comunicación popular si parte de la realidad social concreta del grupo humano al que se dirige, ayuda a ese grupo a asumir y tomar conciencia de esa realidad, y se identifica en su acción educativa a los intereses sociales del grupo. La práctica participativa no consiste sólo ni tanto en que "el pueblo hable por radio". Es algo más amplio y global. Se puede ejercer a través de distintas organizaciones populares y de diferentes acciones. La contribución de un programa de radio bien puede ser la de prepararla removiendo los obstáculos culturales internalizados en el oyente, etc.[5]

Díaz Bordenave resume así los imperativos de esta pedagogía:

1. Facilitar la observación de la realidad y la problematización para que las personas busquen soluciones adaptadas a su propia situación.
2. Facilitar el diálogo, la participación y la cooperación, de modo que las personas aprendan a convivir, a articular problemas comunes y a resolverlos juntos.
3. Estimular el desarrollo de la inteligencia, de la racionalidad y de la conciencia, de modo que cada individuo aprenda a pensar, a tomar sus decisiones y a planear su comportamiento de forma autónoma y madura.
4. Promover la adquisición de una visión integrada y global de la realidad.
5. Facilitar el acceso a la recepción y a la expresión de todos los habitantes de la nación, evitando que la comunicación y la educación sean privilegio de unos pocos.

Consecuencias para nuestro quehacer radiofónico

Obviamente, la radio sola no va a operar este proceso educativo; pero puede contribuir a él y operar como instrumento del mismo.

¿Qué características han de tener nuestros programas de radio si nos ubicamos en este tipo de educación? Mencionaremos algunas:

1. Serán programas que tiendan a estimular un proceso en los oyentes, más que a inculcarles conocimientos o a perseguir resultados prácticos inmediatos.
3. Ayudarán al oyente a tomar conciencia de la realidad que lo rodea, tanto física como social; se integrará en esa realidad, partirá de su propia problemática concreta, de su situación vivencial.
4. Les facilitará los elementos para comprender y problematizar esa realidad. Serán programas problematizadores.

5. Estimularán la inteligencia; ejercitarán el raciocinio, harán pensar, llevarán a una reflexión.
6. Se identificarán con las necesidades y los intereses de la comunidad popular a la que se dirigen. Procurarán que ella descubra esas necesidades e intereses.
7. Estimularán el diálogo y la participación. En algunos casos tomarán la forma de programas directamente participativos; y, en todo caso, «crearán las condiciones pedagógicas para el desarrollo de una práctica de participación». Acentuarán los valores comunitarios y solidarios, llevarán a la unión y a la cooperación.
8. Estimularán el desarrollo de la conciencia crítica y la toma de decisiones autónoma, madura y responsable.
9. Colaborarán a que el oyente tome conciencia de la propia dignidad, del propio valor como persona.

La forma y la intensidad con que nuestros programas de radio asuman estas características estarán naturalmente condicionadas por varios factores. Entre otros, por factores externos. «Los objetivos de un programa de comunicación y educación —observa el autor citado— no existen en el vacío, sino que son condicionados por el momento histórico y las circunstancias del lugar en que el auditorio se encuentra».

Y, aún supuestas las condiciones externas más favorables, deberán estar "autocondicionados" también por exigencias de la misma pedagogía. Para ser eficaz, un proceso como el que se está analizando deberá ser siempre lento, gradual y realista: su mismo carácter de proceso implica etapas, grados. Deberá siempre partir del estadio de conciencia en que se encuentran los oyentes y no caer en el error de adelantarse a él. No proponer prematuramente formulaciones que, en lugar de ayudar a tomar conciencia, sólo generarían incomprensión y rechazo, por dirigirse a oyentes que aún no están en condiciones de asimilarlas. El responsable de un programa de radio como el que estamos tratando de definir, debe recordar siempre que los oyentes a quienes se dirige no han alcanzado aún una conciencia crítica, porque si así fuera ya no necesitarían del programa. Respetar a las personas es también respetar su ritmo, su capacidad de captación.

La transferencia tecnológica en este nuevo enfoque

Aún en aquellas situaciones en que las posibilidades de la comunicación radiofónica se ven reducidas a objetivos muy limitados, el comunicador que adhiere a este tipo de educación siempre podrá, aún dentro de esas limitaciones, prestar un servicio, modesto y restringido, pero aún así valioso.

Esbozamos aquí algunos ejemplos de los que pueden ser estos "servicios mínimos".

Supongamos que el programa radiofónico a nuestro cargo tiene por único tema la transferencia de tecnología (sea en agricultura, salud, alimentación, higiene, industria, etc.). Es, ciertamente, una temática limitada y limitante; pero, con todo, es preciso convenir, como bien acota Díaz Bordenave, que aún una educación del tercer tipo no puede ni debe desentenderse de esta clase de temas, ya que «cualquiera sea la ideología adoptada por un país, la aplicación de la ciencia al dominio de la naturaleza siempre será importante».

Pues bien, aún teniendo que ceñirnos a una temática tan restringida, siempre tenemos ante nosotros una alternativa. O bien seguir el clásico modelo vertical-persuasivo-difusionista, con lo cual la tecnología se convertirá en «un instrumento más de alienación», o bien procurar, a través de la forma en que realizamos la comunicación, «al menos un mínimo desarrollo de la conciencia crítica de los destinatarios de nuestro mensaje».

Y esto último siempre es posible si nos lo proponernos como objetivo, por limitados que nos encontremos. Todo dependerá de cómo estructuremos nuestro mensaje, de cómo presentemos el tema. Cualquier tema puede ser presentado en forma puramente vertical, o en forma que movilice el razonamiento del oyente y lo lleve a hacer un mínimo ejercicio de raciocinio y de participación personal en el proceso del aprendizaje.

Se puede dar nociones de cooperativismo y explicar el mecanismo de comercialización de una cooperativa de manera clásica, vertical, limitándose a una mera información, o buscar y lograr que los oyentes participen en el proceso de comprensión; que se hagan preguntas, que se pregunten el por qué de las disposiciones del reglamento y capten así vivencialmente el espíritu cooperativista que las fundamenta; que desarrollen su sentido de responsabilidad y participación respecto de su cooperativa.

Confiamos en que, a esta altura de nuestra exposición, el lector ya habrá comprendido que, mientras para una pedagogía vertical es fácil enunciar una serie de normas fijas en las cuales encuadrar los programas de radio, en este nuevo enfoque pedagógico las recetas ya no son tan simples. Por su misma naturaleza, esta pedagogía requiere flexibilidad, creatividad. Lo importante es que, así como el comunicador del primer tipo se pregunta al evaluar su programa: "¿Logré que el alumno aprenda?" y el del segundo tipo: "¿Logré que el sujeto haga lo que yo me proponía?", el comunicador de esta nueva pedagogía se pregunte: "¿Hice que el oyente piense? ¿Estimulé su reflexión personal, lo problematicé, lo llevé a hacerse preguntas, contribuí de alguna manera a enriquecer su capacidad de razonar por sí mismo?".

El "cambio de escenario cultural"

He aquí otro ejemplo, modesto y posible, de cómo aplicar esta nueva pedagogía comunicacional. Infinidad de estudios sobre la realidad de los medios de comunicación de masas señalan el alarmante índice de alienación cultural que ellos están favoreciendo. Es bien sabido que uno de los requisitos básicos de un auténtico desarrollo autónomo es la afirmación de la identidad cultural de cada nación. Pero un problema de notoria gravitación y vigencia en la radio y la televisión regionales es el de la influencia externa, que se manifiesta en infinidad de aspectos hasta llegar a configurar, en muchos casos, una situación de dependencia cultural.

Basta sintonizar el receptor de radio o el aparato de TV para percibir esa pérdida de identidad cultural. En la radio latinoamericana, prevalece fuertemente la música importada, en tanto la música propia de las culturas autóctonas ocupa un lugar consecuentemente cada vez menor. Así por ejemplo, en las emisoras de radio centroamericanas, en promedio el 56 % del tiempo total de transmisión es absorbido por grabaciones de música extranjera, en tanto a la música local sólo se le destina el 3,5 %, esto es, una cuota dieciséis veces menor.

Incluso muchas de las canciones que se producen hoy en América Latina son imitaciones de ritmos importados y poco tienen de latinoamericanas aunque se compongan en la región. No deja de ser preocupante que, para imponerse, muchos intérpretes populares estén cantando en español con una extraña y artificial dicción extranjerizada y desfigurando la vocalización. Mientras nuestras hermosas músicas autóctonas, entre tanto, van corriendo serio peligro de extinción.

Pues bien, en ese contexto un programa que se dedique a revalorar, a rescatar y a hacer que el pueblo redescubra y vuelva a apreciar su auténtico folklore (no el seudo-folklore comercial estandarizado que suelen producir las compañías editoras de discos comerciales, sino el verdadero acervo de música creada por el pueblo en sus festividades tradicionales), ya es un aporte valioso y estimable al tipo de radio que aquí se está esbozando. Es contribuir a que el pueblo reencuentre su identidad, el valor de su propia cultura y, por ahí, su propia dignidad personal.

Asimismo, las radionovelas que el pueblo escucha suelen transcurrir en ambientes sofisticados e irreales, totalmente ajenos al mundo concreto en que vive. Si aparece en ellas gente del pueblo, es casi siempre como personajes secundarios (sirvientes, subalternos) y más de una vez como individuos de catadura moral despreciable, al punto de que, en investigaciones serias realizadas en los últimos años, se ha comprobado que, en el público popular, ya se ha internalizado el estereotipo de que "los buenos" son los ricos de raza blanca y "los malos" los pobres de piel mestiza.

Empezar a producir radionovelas ubicadas en otros escenarios (una barriada popular, una fábrica, una aldea campesina), en las cuales los protagonistas sean las gentes del pueblo y las situaciones se aproximen más a su realidad concreta, es ya hacer algo importante en esta dirección, aun cuando las radionovelas en cuestión no puedan llegar a un cambio más profundo de contenidos.

En síntesis, proponemos como una *tarea* de nuestro quehacer radiofónico renovador, lo que llamamos "el cambio de escenario cultural", que estimule en el pueblo una mínima toma de conciencia de su realidad y vaya devolviéndole la noción de su propia dignidad. Es un objetivo pedagógico modesto, pero posible, aún en las condiciones externas más limitantes; y que vale la pena emprender.

"Resistencia al cambio", "cambio de actitudes"

Retomando el campo de la comunicación para la transferencia de tecnologías, propondremos otro ejemplo de lo que es posible hacer y de lo que es posible cambiar.

Los comunicadores formados en el segundo tipo de educación, al plantearse las técnicas para lograr la modernización y el "cambio de actitudes", se enfrentan a lo que ellos llaman "la resistencia al cambio": creencias, mitos, juicios, costumbres, prejuicios, supersticiones, actitudes de orden social, estético, económico, religioso, etc., que conforman y condicionan el comportamiento individual de las personas, y que pueden constituir un obstáculo a la aceptación de la nueva tecnología propuesta. Por ejemplo, si se desea introducir un nuevo método, considerado más productivo y racional, para el cultivo del maíz, pero la comunidad destinataria sigue prácticas tradicionales de cultivo a las que se aferra ancestralmente y a las que se siente profundamente ligada, es muy probable que la propuesta de cambio generará resistencias.

Para vencer esa resistencia, la norma que da la comunicación persuasiva es: tratar de eludir el conflicto. Es decir, formular sus proposiciones de cambio sin chocar ni estrellarse contra los valores sociales existentes. Para sustituir algo —dicen—, no es indispensable señalar sus defectos. Es mejor ponderar, con habilidad e insistencia, las ventajas de lo nuevo que se propone. Cuando el mensaje no está de acuerdo con los valores del medio social del que forma parte el destinatario, se debe omitir toda referencia a ese desacuerdo.

Tal técnica es coherente con una pedagogía que, como hemos visto, se preocupa ante todo por lograr un resultado y que no busca tanto que la persona piense y tome una decisión libre y autónoma, sino que adopte el cambio que se desea imponer. De ahí que la solución propuesta consista en escamotear el problema: omitir toda referencia al desacuerdo. Esto es, procurar que la persona acepte el cambio sin que se dé cuenta de que éste entra en pugna con sus valores socioculturales tradicionales.

Muy otro será el método de un comunicador que suscriba el tipo de educación que aquí se analiza. Para él, lo importante será no sólo que la persona (o mejor aún, el grupo) adopte la innovación, sino que sepa por qué lo hace y la acepte en un acto personal, libre y consciente.

Ese comunicador sabe hasta qué punto la introducción de una nueva tecnología extraña ha llevado en muchos casos a profundos desfases culturales; a que el campesino o el grupo experimente una profunda pérdida de su propia identidad, un conflicto despersonalizador entre sus tradiciones más caras y arraigadas y esas nuevas prácticas que le son traídas desde afuera. Esa invasión de prácticas tecnológicas exógenas ha hecho, en muchos casos, más daño que bien; y más que fomentar el desarrollo ha venido a constituirse en un freno al desarrollo. Aún en términos de puro crecimiento económico, no resulta redituable introducir tractores al precio de destruir la personalidad de quienes han de usarlos. Por lo tanto, si realmente se ve necesaria y conveniente la introducción de esa nueva tecnología, ella deberá hacerse con otra pedagogía que sepa evaluar el costo sociocultural de la operación y que respete a las personas.

En segundo lugar, el comunicador responsable habrá de preguntarse si esa "resistencia al cambio" propuesto es tan infundada, tan irracional, tan probada por meros prejuicios como suele suponer ligeramente el técnico modernizante. En numerosos casos, los resultados revelaron que ese campesino supuestamente atrasado sabía mucho más sobre las condiciones concretas de su tierra y sobre técnicas eficaces de cultivo que el propio técnico; y que tenía buenas y fundadas razones para defender sus prácticas tradicionales y resistir la innovación. Piénsese en los graves desequilibrios ecológicos que produjeron y siguen produciendo la introducción irracional de ciertos plaguicidas químicos, la explotación excesivamente intensiva de los predios, etc.

Pero, si tras este examen, llega a la convicción de que la práctica que se propone es realmente buena y necesaria y de que la resistencia que genera en el grupo es en verdad producto de prejuicios infundados e irracionales —cosa que bien puede suceder—, tendrá que optar por el camino elusivo de escamotear el problema, de acuerdo con la norma ya mencionada, o, por el contrario, enfrentar al grupo campesino con la verdad: hacerle ver honestamente que este cambio entra en conflicto con los valores tradicionales y llevarlo a una libre decisión.

Si es un comunicador coherente con el tipo de educación que estamos analizando, ciertamente escogerá la segunda opción. No sólo porque ella es más respetuosa de la persona, sino porque es incluso la única realmente eficaz.

En efecto, si los prejuicios no afloran a la conciencia, si no son expresados, permanecerán latentes, a nivel preconsciente, en las capas profundas del ser, generando en la persona o en el grupo una situación conflictiva entre su nueva práctica y sus sentimientos más íntimos, con su secuela de angustia, tensión, desarraigo, sentido de culpa por haberse apartado de sus tradiciones. Y en cualquier momento esos prejuicios latentes volverán a aparecer en una u otra forma, provocando un rechazo violento y cerrado hacia la innovación.

En primer lugar, pues, el comunicador-educador empezará por hacer que los motivos de resistencia al cambio propuesto sean expresados y explicitados para que el grupo tome conciencia de ellos. Podrá valerse para ello de una encuesta, un sociodrama radiofónico, un programa de entrevistas, un foro campesino, un radioteatro, etc.

Luego, en la misma emisión o serie de emisiones, procurará que afloren y se expresen también otras creencias y tradiciones presentes en el propio grupo y que puedan problematizarlo, llevándolo a preguntarse si no hay en la incorporación de ese cambio un posible valor. Porque —esto es importante señalarlo— las tradiciones culturales no son tan monolíticas. Algunas de ellas constituyen factores negativos desde el punto de vista del cambio: llevan a actitudes quietistas, estáticas, cerradas; pero también hay en todo grupo otras tradiciones que, potencialmente al menos, contienen gérmenes de actitudes más dinámicas y abiertas, más favorables a una evolución.

A vía de ejemplo, el comunicador podrá mostrar tal vez que los antepasados del grupo muchas veces adoptaron e incluso crearon nuevas técnicas y que, por lo tanto, la admisión de esta innovación no equivale a traicionarlos sino que es, por el contrario, ser consecuente con ellos. O podrá mostrar, acaso, que aumentar el rendimiento de la tierra para mejorar las condiciones de vida de la propia familia y de la comunidad, también constituye un valor arraigado en las tradiciones de amor y lealtad a los suyos, un valor tal vez más importante que aquel que lleva a resistir la nueva técnica que se está proponiendo.

De esa manera, una situación que de otro modo sería de ruptura cultural violenta, podrá ser asumida por el grupo como una situación de continuidad cultural.

Y, finalmente, dejará la decisión librada a la comunidad. Ella habrá de decidir libremente. Si opta por la nueva técnica, esa opción, tomada así, en forma reflexiva, madura y autónoma, tiene muchas más posibilidades de perdurar y ser incorporada por la comunidad; ser sentida, ya no como algo impuesto desde afuera, sino como algo libremente aceptado y entroncado con las propias tradiciones.

Se ha visto también cómo, en la metodología conductista del estímulo-recompensa, se apela por lo general a motivaciones de carácter individualista y competitivo: obtener más ganancias para sí, destacarse, tener más que los vecinos. El comunicador-educador, en cambio, al presentar la misma innovación, podrá mostrarla como beneficiosa para toda la comunidad y la propondrá en términos de unión y cooperación. La transferencia tecnológica se cumplirá en ambos casos; pero los efectos educativos serán muy diferentes.

Notas

1 Díaz Bordenave, Juan (1976). "Las nuevas pedagogías y tecnologías de comunicación: sus implicaciones para la investigación". Ponencia presentada en la Reunión de Consulta sobre Investigación en Comunicación para el Desarrollo Rural en Latinoamérica, organizada por el CIID, Cali, Colombia). El autor es experto en Comunicación de la OEA y profesor de Comunicación y Educación Popular en el curso de postgrado de Comunicación de la Universidad de Brasilia. Resumimos aquí el valioso análisis de Díaz Bordenave, a la vez que lo glosamos y ampliamos con nuestros propios comentarios y con citas de algunos otros autores; y, sobre todo, tratamos de aplicarlo, mediante distintos ejemplos, a nuestro campo específico: el de la práctica radiofónica. Dentro de lo que la fluidez de la exposición lo permitía, hemos procurado, con entrecomillados, distinguir las citas de Díaz Bordenave de nuestros propios asertos. No obstante, a la par que para reconocer su inestimable aporte, sirva la advertencia para eximirlo de toda responsabilidad por afirmaciones que no deben serle atribuidas a él sino a nosotros.

2 Aunque, como el lector ya habrá advertido, este tipo de educación tiene mucho en común con los postulados filosóficos de Freire, no debe identificársela sin más con la "concientización". Esta última es un método particular, con sus características propias y sus pasos metodológicos precisos. El propio Freire ha protestado insistentemente contra lo que considera empleo abusivo del término "concientización", acuñado por él, y reclamado que se lo utilice exclusivamente para designar el método que él creó y al que denominó con ese vocablo. No debe confundirse, pues, un tipo de educación —que es lo que aquí describe Díaz Bordenave— con una metodología específica. El primero es mucho más amplio y puede abarcar diversas metodologías —la "concientización" y otras— que conduzcan al mismo fin y tengan en común la misma filosofía educativa. Por otra parte, en nuestro caso, al tratar del empleo de la radio, nos vemos particularmente llevados a hacer ese distingo, ya que el método de Freire es exclusivamente interpersonal, "cara a cara", y no incluye el uso de medios de comunicación colectiva.

3 O' Sullivan-Ryan, Jerry (1975). "Pedagogía de los medios". Ponencia para el Seminario sobre Pedagogía de la Educación Radiofónica organizado por el ISI (Fundación Konrad Adenauer) y ALER. Santiago de los Caballeros, República Dominicana, abril. El autor es profesor de la Universidad de Stanford.

4 Bezerra, Aída y García Ramírez, Pedro (1975). "Consideracões sobre Avaliação em Educação Popular". Conferencia presentada en el curso de Postgrado de Comunicación (disciplina Comunicación y Educación Popular) de la Universidad de Brasilia, junio. Citada por Juan Díaz Bordenave, ob. cit.

5 Somos conscientes de la forma simplificada y limitada con que nos vemos obligados a tratar aquí temas tan nuevos y que implican una problemática de la comunicación tan importante. Dentro del carácter de este trabajo y por limitaciones de espacio, no podemos discutirlos aquí con la amplitud deseable.

Kaplún, Mario (1978). *Producción de programas de radio. El guión–la realización*. Quito, Ediciones CIESPAL, Colección Intiyan. Reproducción autorizada por Gabriel Kaplún.

Adiós a Aristóteles: la comunicación "horizontal"

Luis Ramiro Beltrán S.

1979

«Que algo sea una utopía no quiere decir que este algo sea inalcanzable; además una utopía no es un acto de idealismo sino un proceso dialéctico de denuncia y anunciación; denuncia de una estructura deshumanizante y anunciación de la posibilidad de una estructura más humana».

Paulo Freire

Introducción

La comunicación internacional era, en gran parte, territorio de aguas mansas. Ya no lo es. En la década actual este campo se ha convertido en un centro de controversia, en ocasiones caldeada, como parte de una más extensa y creciente confrontación entre los países desarrollados y aquellos en vías de desarrollo. Entre ellos existía ya una activa desazón.

Los países en vías de desarrollo se habían percatado mucho antes de 1970 de que su vida económica y política estaba dominada por los países desarrollados, que les impedían hasta cierto punto alcanzar el desarrollo. Lo que es más bien un suceso nuevo es la plena conciencia de que tal situación de dependencia es también valedera en la esfera cultural. Y el reconocimiento de que, además, la comunicación contribuye al servicio de las tres clases de dominación neocolonialista es algo que nació definitivamente en esta década (Beltrán 1978).

Los países del Tercer Mundo no luchan hoy sólo por acabar con el neocolonialismo, con el logro de

un tratamiento justo en el comercio y en la ayuda externa. Están simultáneamente conectados en la búsqueda del establecimiento de un "Nuevo Orden Económico Internacional" y un "Nuevo Orden Internacional de la Información" (Gunter 1978). Dado que estos dos esfuerzos están siendo activamente resistidos por la mayoría de los países desarrollados, la comunicación se ha colocado en el centro de un conflicto internacional.

En diferentes niveles y en diversos lugares se presentan manifestaciones del conflicto, la mayoría de las veces dentro de la discusión pública que, desde mediados de la década, tomó a menudo características candentes. Una ilustración de ello fue la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina, llevada a cabo bajo el patrocinio de la UNESCO, en Costa Rica en 1976. Esta reunión incluyó recomendaciones para lograr el equilibrio en el flujo internacional de información y dotar a la región de una agencia de noticias independiente capaz de al menos aliviar las consecuencias del cuasi monopolio ejercido por la *United Press International* (UPI) y la *Associated Press* (AP). La reunión —desde su inicio hasta a su término— fue objeto de un concertado y virulento ataque por parte de las organizaciones internacionales de comunicación que la consideraron una amenaza para la libertad de información (UNESCO 1976). Otro caso que ilustra el conflicto es la reciente aprobación de una declaración sobre la comunicación internacional, por parte de la Conferencia General de la UNESCO (UNESCO 1978).

Esta declaración de acuerdo es el producto final de la fiera y ruidosa batalla de años entre aquellos que la consideraron la expresión del propósito de controlar la comunicación en forma totalitaria y aquellos que la conciben, contrariamente, como la expresión de la voluntad de democratizarla genuinamente. Las reuniones periódicas de los Países No-Alineados a un lado de la lucha y, por el otro lado, los seminarios y congresos de las asociaciones como el *Internacional Press Institute*, son ejemplos adicionales de los múltiples sectores discordantes.

El conflicto abarca varias áreas importantes de preocupación. Los dirigentes políticos, los estrategas del desarrollo, los investigadores y los profesionales de la comunicación en los países en desarrollo están —por una parte— objetando la estructura, operaciones, funcionamiento, ideología e influencia de ciertas poderosas organizaciones internacionales de la comunicación. Por otra parte, están cuestionando muchos de los conceptos tradicionales de la comunicación, nacidos en los países desarrollados y no hace mucho aceptados también en el resto del mundo.

En el campo nombrado inicialmente el papel de las agencias internacionales de noticias, de los exportadores de televisión y cine, y de los anunciadores transnacionales ha sido condenado como el instrumento clave para la dominación externa. En el último campo los conceptos clásicos de "libertad de prensa", "derechos de comunicación" y "libre flujo de información", así como la misma definición prototípica de noticias, están también catalogados como útiles para la dominación. Aún las influencias externas sobre la orientación y conducción de la investigación y entrenamiento en comunicación están sujetas a evaluación crítica (Rogers 1976).

Finalmente, la misma conceptualización de la naturaleza de la comunicación, como proveniente de los países desarrollados, está todavía siendo debatida en los países en desarrollo. Es a este último fenómeno que se dirige este trabajo. Este énfasis es adecuado puesto que, aunque los intentos por revisar tal conceptualización obviamente también son pertinentes a la comunicación dentro de las naciones, su importancia decisiva para la comunicación no debe ignorarse.

Este trabajo seleccionará primero aquellas definiciones de la comunicación más características de su conceptualización tradicional o clásica. Posterior y sumariamente, revisará las principales críticas, tanto iniciales como recientes, subrayando en el caso de las últimas la germinada en Latinoamérica. Finalmente, después de una rápida vista panorámica de anteriores intentos comparables, buscará formular las bases para un modelo de "comunicación horizontal" correspondiente a las relaciones sociales intra-naciones e inter-naciones.

Conceptualización tradicional de la comunicación

Los intentos por definir la comunicación se pueden remontar hasta Aristóteles, quien veía la retórica compuesta de tres elementos: *el locutor*, *el discurso* y *el oyente*, y percibió su propósito como «la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión». Siglos después, y habiendo muchas mentes más trabajando en el asunto, esta definición clásica parece permanecer en las raíces de casi todas las conceptualizaciones vigentes.

Lasswell: comunicadores en pos de efectos

En verdad, la definición de Lasswell (1948) —la más ampliamente aceptada de nuestra época— adelantó esencialmente la proposición de Aristóteles añadiéndole dos elementos. Mientras que Aristóteles había identificado el *quién*, *qué* y *a quién* de la comunicación, Lasswell refinó el esquema estipulando el *cómo* y haciendo explícito el *para qué*, como sigue:

¿Quién?
¿Dice qué?
¿En cuál canal (medio)?
¿A quién?
¿Con qué efecto?

Lasswell vio que la comunicación desempeñaba tres funciones: vigilancia del medio ambiente; correlación de los componentes de la sociedad; y, transmisión cultural entre generaciones.

Según DeFleur (1968), al hacerlo, Lasswell trató de moderar la influencia de la teoría mecanicista del Estímulo-Respuesta de la psicología clásica; tuvo en cuenta variables contextuales y de situación subrayadas como intervinientes entre F (fuente) y R (receptor) por las teorías de «categorías sociales» y de «diferencias individuales». Su paradigma básico obtuvo rápida y amplia adhesión. Su atención a algunas consideraciones socioculturales, no la concitó.

Transmisión e influencia

Desde Lasswell la noción de transferencia ha sido caracterizar muchas conceptualizaciones resultantes de la comunicación. Tal fue el caso, por ejemplo, de la definición de Berelson y Steiner (1964) empleada también ampliamente:

> «La transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc. por el uso de los símbolos-palabras, cuadros, cifras, gráficos, etc., es el *acto* o *proceso* de la transmisión, de lo que generalmente se llama comunicación».

Igualmente, la noción de influencia (a través de la persuasión) como meta central de la comunicación habría de incluirse en varias definiciones posteriores, como la siguiente de Osgood (1961):

> «En el sentido más general, tenemos *comunicación* siempre que un sistema, una fuente, influencie otra, al destinatario, por manipulación de señales alternas que pueden transferirse por el canal que los conecta».

También, continuando con el paradigma de Lasswell, Nixon (1963) subrayó dos ingredientes del proceso: *las intenciones del comunicador* y las *condiciones bajo las cuales se recibe el mensaje*.

De la electrónica: fuentes y receptores

Luego, los ingenieros Shannon y Weaver (1971) surgieron con la teoría matemática de la comunicación, cuya presentación hicieron con la siguiente afirmación:

> «La palabra *comunicación* se usará aquí en un sentido muy amplio incluyendo todos los procedimientos por los cuales una mente puede afectar a otra».

Shannon y Weaver conciben un sistema general de comunicación como uno compuesto por cinco partes esenciales:

1. Una fuente de información que produce un mensaje o secuencia de mensajes para ser comunicados al terminal receptor.
2. Un transmisor que opera sobre el mensaje en forma de producir una señal susceptible de transmisión por el canal.
3. El canal es solamente el medio usado para transmitir la señal.
4. El receptor ordinariamente lleva a cabo la operación inversa a la que hace el transmisor, reconstruyendo el mensaje de la señal.
5. El destinatario es la persona (o cosa) a quien va dirigido el mensaje.

Schramm (1961) adaptó a la comunicación humana este modelo, construido esencialmente para describir la comunicación electromecánica, subrayando las funciones codificadoras y decodificadoras de señales (mensajes) en la mente. Definiendo la comunicación como el compartir información, ideas o actitudes y reforzando con diversos términos el principio aristotélico de que «la comunicación requiere siempre por lo menos tres elementos (fuente, mensaje y destinatario)», incorporó, dándoles importancia dentro del esquema, los componentes de «codificador» y «decodificador».

Anotaba Schramm:

> «Sustituya micrófono por *codificador* y audífono por *decodificador* y se encontrará usted hablando de comunicación electrónica. Piense que la "fuente" y el "codificador" son una persona, y el "decodificador" y el "destinatario" son otra, y que la señal es el lenguaje y usted estará hablando de comunicación humana».

Berlo (1960) contribuyó también de manera importante al análisis de las operaciones codificador-decodificador en la comunicación humana, sugiriendo distinguir entre fuente y codificador y entre decodificador y receptor. Además, alegó que percibía la comunicación como un proceso:

> «Si aceptamos el concepto de proceso, miramos los sucesos y las relaciones como dinámicos, en marcha, cambiantes, continuos [...] Como ingredientes dentro de un proceso recíproco; cada uno afecta a los otros. La teoría de la comunicación refleja un punto de vista de proceso. Un teórico de la comunicación rechaza la posibilidad de que la naturaleza consiste en sucesos o ingredientes separables de todos los otros hechos. Argumenta que no se puede decir que una idea particular proviene de una fuente específica, que la comunicación se produce en un solo sentido (en sentido unidireccional) y demás».

De la cibernética: retroalimentación para control

La cibernética añadió un factor más a la descripción del proceso: la retroalimentación. Se refiere a aquellos mecanismos de control que capacitan a los organismos para ajustarse automáticamente a las metas de comportamiento.

En efecto, según Wiener (1950) entiende la cibernética: «Es el estudio de los mensajes y en particular del control efectivo de los mismos [...]».

Aunque estos conceptos fueron diseñados para aplicarlos básicamente en el terreno de la ingeniería y la psicología, muchos teóricos de la comunicación humana los aceptaron como útiles también para describir el proceso de la última. Porque si las fuentes hubieron de lograr, a través del mensaje, determinados efectos sobre los receptores, tuvieron que regresar de estas últimas pistas reactivas como de la efectividad de sus intentos persuasivos y, por consiguiente, ajustar sus mensajes a aquellas metas. Un ejemplo de tal asimilación se encuentra en el modelo propuesto por Westley y MacLean (1957).

El esquema perdurable: F-M-C-R

Finalmente, el modelo de comunicación humana o social que se deriva de las conceptualizaciones concatenadas llegó a incluir como fundamentales a los siguientes elementos: *Fuente - Codificador - Mensaje - Canal - Decodificador - Receptor - Efecto*. Y su propósito primordial —*la persuasión*— fue puesto de relieve: «Cuando las gentes se controlan entre sí, lo hacen primordialmente a través de la comunicación» (Smith 1966).

Las definiciones básicas y los esquemas generales inventariados hasta aquí en este documento penetraron la literatura científica relativa a la comunicación, reproduciendo sus elementos clave en definiciones especializadas. Por ejemplo, Hovland (1948) entendió la comunicación interpersonal como una situación de interacción en la cual un individuo (el comunicador) transmite el estímulo (generalmente símbolos verbales) para modificar la conducta de otros individuos (receptores de la comunicación) en una situación de encuentro cara-a-cara.

La comunicación de masas se ha concebido en forma similar como sigue:

> «Todo acto de comunicación de masas puede ser descompuesto en 5 elementos: los "comunicadores" que transmiten determinado "mensaje" a través de un "canal" a una "audiencia", buscando cierto tipo de "efecto". De igual modo, la comunicación no verbal fue definida como "una transferencia de un significado envolviendo representaciones simbólicas sonoras"». (Blake y Haroldsen 1975).

En resumen, la definición tradicional de comunicación es aquella que la describe como el acto o proceso de transmisión de mensajes de fuentes a receptores a través del intercambio de símbolos (pertenecientes a códigos compartidos por ellos) por medio de canales transportadores de señales. En este paradigma clásico, el propósito principal de la comunicación es el intento del comunicador de afectar en una dirección dada el comportamiento del receptor; es decir, producir ciertos efectos sobre la manera de sentir, pensar y actuar del que recibe la comunicación o, en una palabra, persuadir. La retroalimentación se considera instrumental para asegurar el logro de los objetivos del comunicador.

Crítica temprana a las conceptualizaciones tradicionales

Las definiciones son el producto de las reflexiones sobre la experiencia y a su turno, al menos hasta cierto punto, orientan la práctica. Básicamente, la conceptualización tradicional de la comunicación y su paradigma clásico fueron el resultado de la experiencia en comunicación en los Estados Unidos de América y Europa Occidental. El modelo se proyecta hacia atrás, entonces, sobre la práctica subsiguiente de la comunicación (producción, enseñanza, investigación, etc.) y no sólo en esos países sino en casi todo el resto del mundo. Su impacto resultó especialmente fuerte sobre las actividades de entrenamiento e investigación en comunicación, las cuales comenzaron hace unos cuarenta años. Texto tras texto de estudio e informe de investigación tras informe, especialmente entre 1950 y 1970, llevaban la marca de dicho paradigma.

Ni transmisión ni acto

Sin embargo, el patrón no permaneció lejos del reto por mucho tiempo, aunque su influencia habría de mostrar fuerza y penetración tan admirables que le permitieron sobrevivir hasta hoy. Desde diversos puntos de vista unos pocos precursores comenzaron objetando algunos aspectos del modelo tradicional. Toch y MacLean se encontraban entre ellos, pero un conocedor del tema que articuló y propagó una gran crítica temprana fue David K. Berlo, Director del Departamento de Comunicación de la Universidad del Estado de Michigan. Berlo (1963) argumentó contra lo que él denominaba la teoría del «balde» en comunicación como sigue:

«Este punto de vista supone que los significados se encuentran en las palabras o en otros símbolos y que la comunicación consiste en la transmisión de ideas de un individuo a otro, por medio del uso de símbolos. Esto puede caracterizarse como el proceso de verter las ideas desde una fuente hacia un balde —tal como una película, un libro, un programa de televisión o lo que sea— y, lanzando ese balde sobre el receptor, vaciar el contenido dentro de su cabeza [...].

«La posición de la comunicación es la de que los significados no están contenidos dentro de los símbolos empleados sino que se encuentran en la gente que produce y recibe dichos símbolos. No hay significados adecuados para el símbolo. Sólo existen los significados que la gente tiene.

«Igualmente, a la comunicación no se la mira como la transmisión de ideas o de información a través del uso del vehículo mensaje-medio. Se considera más bien como la selección y transmisión de *símbolos que tienen la probabilidad de provocar en el receptor el significado deseado*».[1]

Aquí se objetaban dos suposiciones básicas de la conceptualización tradicional. Por una parte, la noción mecánica de transmisión de conocimiento de una mente a otra por medio de señales transportadas por canales se estaba reemplazando por otra que argüía que los símbolos eran solamente estímulos ejercidos por la fuente sobre el receptor con la esperanza de que harían que el último recuperara de su experiencia los significados implicados y así, probablemente, obtener de él las respuestas de conductas deseadas. En cierta forma esto implicaba un papel no-pasivo por parte del receptor. Y así, por otra parte, el replanteamiento encerraba una relación de interacción, más que una en la cual la acción estaba solamente desarrollada por la fuente/emisor del estímulo. Esto a su vez estaba arraigado en la percepción de la comunicación como un proceso que Berlo había propuesto. Más aún, percibiendo la comunicación como interactiva y procesal, el concepto de retroalimentación tenía que ganar en importancia. Su bidireccionalidad tomó trascendencia en forma conceptual. Más tarde, algunos de los más distinguidos dirigentes académicos de la profesión vinieron a compartir este reconocimiento, como puede verse en la siguiente afirmación de Daniel Lerner (1973):

> «Hemos estudiado la comunicación como una operación lineal en la cual un remitente emplea un cierto canal para entregar un mensaje a un receptor (una audiencia) el cual se ve afectado en cierta forma por ese mensaje [...] Hoy, aún los profesionales sobrios como nosotros, reconocemos que la interacción y la retroalimentación bidireccionales son conceptos esenciales en nuestra idea sobre la comunicación y su futuro».

Al referirse a los modelos tradicionales de comunicación, Wilbur Schramm (s/f) mismo admitió:

> «Todos ellos están construidos sobre la idea de algo que se transmite de un remitente a un receptor. Preguntaré si ésta dejó de ser la forma más fructífera de ver la comunicación».

Y al evaluar los modelos algo más orientados hacia la sociedad, añadió:

> «Su elemento esencial no es algo que pasa del remitente al receptor, como una pelota de béisbol del *pitcher* al *catcher* (quizá como un bateador entre ellos, que representa el *ruido*), sino más bien una *relación*.[2]

La enmienda parcial del concepto de transmisión, así como el corolario de su proceso de interacción, evidentemente no experimentaron resistencia a nivel conceptual. En realidad, muchos entendidos en la materia los compartieron sinceramente, como se ve en la definición que Gerbner (1958) hace de la comunicación como interacción social a través del intercambio de mensajes que implican la participación cultural. Los modelos desarrollados por Newcomb (1953), Westley-MacLean (1957) y Schramm (1973) pusieron énfasis en la audiencia como componente activo del proceso; tan activo en verdad, que se ha llamado «obstinado» (Bauer 1964)

La práctica traiciona la teoría

A nivel operacional, sin embargo, los conceptos establecidos tenían —y todavía tienen— insignificante aplicación para la práctica diaria. El entrenamiento en comunicación en su mayoría parece basarse todavía en la noción de transmisión. Y en la actividad de la investigación muchos —por ejemplo, Brooks y Scheidel (1968), Smith (1972) y Arundale (1971)— observan que la mayoría de los estudios se llevan a cabo todavía tomando la comunicación como un fenómeno estático, mientras la comunidad académica se adhiere a la idea de proceso. Por otra parte Bauer (1964) demostró cómo la investigación en comunicación estaba limitada por el paradigma de la transición. Y Kumata (1973) explica que el haberse adherido a los viejos conceptos y métodos había producido la investigación unidimensional en comunicación, la cual es incapaz de hacerle frente a las complejas y dinámicas realidades sociales.

Igualmente, aunque la disertación profesional reconoce ampliamente la naturaleza bidireccional de la comunicación, la práctica se ajusta en forma predominante al paradigma tradicional y unilineal F-M-C-R.

Katz y Lazarfeld (1955) demostraron que el efecto «hipodérmico» de los medios de comunicación de masas sobre el individuo aislado entre la «muchedumbre solitaria» se daba en realidad por mediación de grupos de referencia y por «influyentes» en forma de flujo en dos niveles. Esto brindó la oportunidad para ponerle atención a consideraciones en el campo de la interacción social. Sin embargo, «[...] lo que ellos describieron como interacción entre el receptor y su red de comunicación social es generalmente sólo un modelo unilateral» (Harms y Richstad s/f).

En efecto, como Coleman (1958) lo señaló, los investigadores en comunicación pusieron exagerado énfasis sobre el individuo como objeto de análisis, dejando de lado las relaciones entre las fuentes y los receptores. La fuerte influencia de la psicología social sobre la investigación en comunicación suministró más tarde otro conjunto de oportunidades para concebir la comunicación como si estuviera afectada por la estructura que la contiene. Y lo mismo hizo la investigación concomitante que se basa sobre el popularísimo modelo de difundir las innovaciones. Sin embargo, sobre lo primero Zires de Janka (1973) señaló que «[...] la estructura básica del esquema no sufrió alteración ni fue objetada». Y sobre lo último, varios críticos observan que, a pesar de la atención prestada a algunas variables socioculturales, falló en captar la influencia determinante que las estructuras sociales arcaicas ejercen sobre la comunicación (Cuéllar y Gutiérrez 1971). Aceptando estos y otros inconvenientes, Rogers (1975) defendió enérgicamente la metodología de investigación que, como el análisis de las redes, canaliza las relaciones.

La investigación no es la única área de actividad donde el modelo tradicional muestra resistencia obcecada. La práctica de la comunicación internacional constituye un ejemplo elocuente de cómo también a nivel de naciones la comunicación se representa esencialmente en dirección unilineal desde los países subdesarrollados. Como se ha constatado ampliamente, las agencias de noticias transnacionales norteamericanas y las firmas publicitarias controlan la gran mayoría de los correspondientes negocios casi por todo el mundo. Y lo que por años se proclamó como el "libre flujo de información" ha sido hallado por la investigación como un flujo bastante unidireccional y no propiamente libre, especialmente en vista del uso que la propaganda hace de las noticias y avisos encaminados a manipular la opinión pública (Mattelart 1970, Somavía 1976, Reyes Matta 1976).

La información: no es igual a comunicación

Otra línea de crítica enfocó la confusión entre la información y la comunicación, resultante también de los esquemas tradicionales. El analista argentino

Ricardo Noseda (1972) argüía como sigue sobre la naturaleza de la comunicación.

> «La comunicación no es un acto sino un proceso por el cual una individualidad entra en cooperación mental con otra hasta que ambas llegan a constituir una conciencia común [...].
>
> «La información es por el contrario, sólo una transcripción unilateral del empuje de un Emisor a un Receptor [...] La radiación de mensajes sin retorno de diálogo, proveniente de informantes centralizados no puede identificarse con la co-actividad intrasubjetiva que es la comunicación».

Igualmente, el peruano Rafael Roncagliolo (1977), conocedor del tema, sostuvo que:

> «[...] estamos presenciando una reducción de la comunicación humana —concepto que implica reciprocidad— en favor de la información y la diseminación; es decir, de todas las formas modernas de imposición de los transmisores sobre los receptores, la cual erróneamente continuamos llamando comunicación de masas».

Académicos europeos manifestaron su acuerdo:

> «Comunicarse se refiere a un proceso bilateral que tiene elementos tanto emocionales como cognoscitivos y que ocurre tanto en forma verbal así como no verbal. Informar, por otra parte, se refiere a un proceso unilateral de comunicación verbal predominante dirigido hacia el conocimiento» (Nowak, Rosengren y Sigurd 1977).

Y un analista de los derechos de la comunicación Jean D'Arcy (1969) predice que:

> «Llegará el día en que la Declaración Universal de los Derechos Humanos tendrá que abarcar un derecho más amplio que el derecho del hombre a la información, inicialmente planteado (en 1948) en el artículo 19. Este es, el derecho que tiene cada hombre a comunicarse».

La crítica hasta aquí estudiada en este documento puede resumirse de la siguiente manera:

1. Las definiciones y modelos tradicionales son unilineales y proponen la noción mecánica de la comunicación como la transmisión de información de fuentes activas a receptores pasivos. En realidad, no hay transmisión; sólo hay provocación de significados ya existentes en la gente que al decodificar los símbolos, participa activamente.
2. Esos modelos se basan además en la noción errónea de que la comunicación es un acto, un fenómeno estático en el cual la fuente es la privilegiada; la comunicación es en realidad un proceso en el cual todos los elementos actúan en forma dinámica. Así, la comunicación es eminentemente un hecho de relaciones sociales, un fenómeno de intercambio múltiple de experiencias y no un ejercicio unilateral de influencia individual.
3. Los modelos, finalmente, inducen a confusión entre la información que puede transferirse por un acto unilateral y la comunicación, que es diferente y más amplia que la información, ya que su naturaleza bilateral implica necesariamente interacción que busca comunalidad de significados o conciencia.

Críticas recientes: diversas preocupaciones

La mayoría de las críticas a las definiciones y modelos tradicionales de la comunicación afloraron dentro de la misma sociedad que las había generado: los Estados Unidos de América. Por tanto, comprensiblemente esas críticas incluyeron aspectos de interés para esa sociedad y excluyeron otros que no eran de su incumbencia. En la última categoría figura más evidentemente una: la persuasión. Con raras excepciones, objeciones a la persuasión como meta central de la comunicación no surgieron en los Estados Unidos de América.[3] La manipulación del comportamiento de la gente por medio de la comunicación pareció natural y legítima en ese país. Ya en 1957 Merton había preguntado «¿Cómo podemos analizar la propaganda, el cine, la radio y la prensa de tal manera que podamos distinguir lo que puede producir determinados efectos?». Por muchos años mucha gente se concentró en la búsqueda de respuestas:

> «La pregunta clave que ha dominado la investigación y el desarrollo de la teoría contemporánea en el estudio de los medios de comunicación puede resumirse a términos simples, es decir, "¿cuál ha sido su efecto?" [...]. La persuasión es un solo efecto posible entre muchos, sobre el cual se ha enfocado gran cantidad de atención. Se ha supuesto que un mensaje efectivamente persuasivo es aquel con propiedades que lo hacen capaz de alterar el funcionamiento psicológico del individuo de tal manera que responderá manifiestamente (hacia el objeto de persuasión) de la manera deseada o sugerida por el comunicador» (DeFleur 1968).

Por otra parte, se prestó atención a las variables socioculturales que afectan la conducta de la comunicación: ésta parecía estar principalmente motivada por los inductores, quienes aprendieron que el individuo podría estar muy eficazmente influenciado si le tomamos como arrancado del contexto social. Básicamente, el reto se convirtió entonces en cómo usar el medio ambiente de la sociedad para obtener respuestas de la audiencia que cuadraran con los objetivos de los comunicadores o cómo hacer que el individuo cumpliera con normas y valores propios de su estructura social.

Las consideraciones éticas sobre la naturaleza y consecuencias de los fines del comunicador y sus manipulaciones y, paralelamente, las preguntas sobre si tiene o no derecho ilimitado a ejercer persuasión, rara vez aparecieron en el escenario norteamericano. Ellas habrían de surgir de otra parte. Evidentemente, el paradigma clásico había llevado a los investigadores a concentrar sus estudios sobre la inducibilidad del receptor, como individuo y como miembro de agrupaciones sociales, hasta estar en capacidad de controlar su conducta.

> «Si de vez en cuando se ha prestado atención a algún otro aspecto de los medios de comunicación, por ejemplo, a la naturaleza del comunicador, la estructura del contenido o la naturaleza de la audiencia, la finalidad ulterior era ver cómo las variaciones en estos factores han influenciado los tipos de respuesta que resultan del estar expuestos a los medios de comunicación». (DeFleur 1968).

No es sorprendente, pues, que la investigación sobre la fuente haya sido especialmente soslayada (Assman 1973, Halloran 1974).

La persuasión: el instrumento del statu quo

El paradigma clásico también llevó a los investigadores a poner su enfoque sobre las funciones de la comunicación de masas en la sociedad, el cual Lazarfeld y Merton (1948), Wright (1959) y otros habían extendido más allá de las proposiciones básicas de Lasswell. Por cuanto la orientación de los efectos buscaba descubrir qué es lo que los medios de comunicación hacen a la gente, la orientación de las funciones estaba encaminada a descubrir qué es lo que los medios de comunicación hacen por la gente.

Fue en Latinoamérica en donde primero se hicieron objeciones a las dos orientaciones. Armand Mattelart (1970) argumentaba de la siguiente manera:

> «El estudio de los efectos indica la naturaleza terapéutica y operativa de esta sociología cuyo propósito es mejorar las relaciones entre una determinada audiencia y una firma comercial que emite mensajes [...] El análisis de las funciones indica la preocupación de esta sociología con la motivación del receptor [...] Ahora, si buscamos el punto común entre estas observaciones, veremos que ninguna de las dos está concebida sin que el investigador endose implícitamente el sistema social existente».

El analista explicó su evaluación del funcionalismo como una orientación en pro del statu quo al afirmar «[...] el hecho de que el indicador de una ruptura con el sistema (una disfunción) no se considere nunca en su aspecto prospectivo o transformador [...] tal disfunción jamás es explícitamente vista como fundamento para otro sistema».

Facilitación del mercantilismo y de la propaganda

La presencia de un sesgo conservador en las operaciones persuasivas puede no constituir una preocupación fundamental en las sociedades como la de los Estados Unidos de América. Pero es motivo de preocupación para las sociedades como las de América Latina, especialmente, en términos de comunicación internacional. Así, naturalmente varios países de la América Latina compartieron las críticas tempranas al paradigma tradicional tales como aquella sobre el "mecanicismo". Sin embargo, ellas, satisfechas por ejemplo con el reconocimiento de que la comunicación es un proceso, fallan en despojar el esquema de su afiliación autoritaria (Gerace 1973). También explicablemente mostraron mucha mayor preocupación con ciertos propósitos de la comunicación persuasiva que la manifestada en los Estados Unidos. Porque a través de una larga experiencia la América Latina las objetó como herramientas al servicio del mercantilismo, de la propaganda y de la alienación. Las vieron como componentes tanto del dominio externo de los Estados Unidos como del que ejercen internamente en todos los países de la región las elites del poder sobre las masas.

Los analistas latinoamericanos recordaron que los padres fundadores de las ciencias de la comunicación consideraron la propaganda como una necesidad; al igual que Lasswell (1927), quien la veía como «el nuevo martillo y el yunque de la solidaridad social» (Beltrán 1976). Estaban conscientes de que la Segunda Guerra Mundial fue el origen de la teoría, investigación y práctica moderna en comunicación de masas y tuvieron razón en creer que el paradigma tradicional era apropiado para los fines que perseguían los Estados Unidos y Europa Occidental en cuanto a expansión económica, política y cultural de tipo imperial que siguió a la guerra y que mantiene a países como los de la América Latina en una situación de subdesarrollo que recuerda la de la época colonial. (Cockroft, Frank y Johnson 1972).

Tales preocupaciones tenían como fundamento la evidencia del control cuasi monopólico de las noticias internacionales, los anuncios y el material de cine y televisión, por parte de los Estados Unidos, así como de las correspondientes inversiones y políticas de ese país en el exterior (Beltrán y Fox de Cardona 1977). Los analistas también se manifestaron alarmados cuando las investigaciones en el Congreso de los Estados Unidos revelaron que, más allá de las actividades de la propaganda franca de la *United States Information Agency* (USIA), las actividades encubiertas del gobierno de los Estados Unidos de América en comunicación dentro y sobre la América Latina se habían realizado no sólo para desacreditar sino también para ayudar a derrocar algunos gobiernos latinoamericanos con orientación de cambio y legítimamente constituidos (Carvalho 1977). Y observaron que todas esas operaciones eran ejemplos de la práctica de la comunicación análoga a la antidemocrática transmisión unilineal y a la mentalidad de persuasión.

Por otra parte, los latinoamericanos no encomian la retroalimentación como se entiende en el paradigma clásico. Consideran que expresa un privilegio de fuentes que permiten que sus receptores respondan a las iniciativas de aquellos que controlan los medios de comunicación (Gerace 1973). También señalan que la retroalimentación se usa exclusivamente para asegurarse de que el mensaje se ajuste al receptor de tal manera que éste lo entienda y cumpla con la solicitud del comunicador (Johannensen 1971, Beltrán 1974).

Alienación: la imposición de una ideología

Los latinoamericanos son enfáticos acerca de las influencias alienantes de la comunicación de masas. La investigación ha documentado ampliamente la influencia abrumadora de la orientación contenido y financiación norteamericanos sobre los medios de comunicación de masas de la región. Varios estudios descubrieron la inculcación de una serie de valores foráneos y normas consistentes en

la promoción de todo "un modo de vida": la ideología capitalista.

Esto ocurre a través de casi todos los medios de comunicación pero se muestra más pronunciadamente en la televisión, revistas especializadas (incluyendo las de historietas), propaganda transnacional en general y noticias extranjeras (Beltrán 1978).

Al estar preocupados por las consecuencias de tal contenido de los medios de comunicación, los latinoamericanos objetan también ciertas conceptualizaciones no tradicionales de la comunicación, tales como las de Marshall McLuhan (1964), Antonio Pasquali (1972) —filósofo venezolano e investigador en comunicaciones— que rechaza, por ejemplo, por conservador, el postulado de que "el medio es el mensaje". Esta objeción no significa negar que la ubicua presencia de los medios de comunicación de masas deba por sí misma ejercer influencia sobre la gente. Se encamina sí a prevenir que tal afirmación conformista arroje un velo sobre la realidad del impacto de los mensajes nocivos de que son portadores los medios de comunicación de masas.

Estos puntos de vista los comparten otros latinoamericanos como Díaz Bordenave (1974): «A pesar de lo que Marshall McLuhan pueda argumentar, el contenido de los medios de comunicación social es apropiado para el desarrollo de las personas y por consiguiente con el desarrollo nacional». Los latinoamericanos no están tan seguros de que el mundo se haya convertido en una "aldea global" comenzando porque millones de ellos no tienen acceso de ninguna especie a ningún medio de comunicación de masas. Y, si la magia de la electrónica está en realidad acercándose a la humanidad, temen que la "aldea" estará, más que nunca antes en la historia, manejada por la minoría poderosa. Por otra parte, no sólo los latinoamericanos sospechan que McLuhan, con toda su aterradora originalidad, está en realidad muy lejos de la mentalidad clásica conservadora en que —como lo anota Finkelstein (1969)— puede considerársele el más importante vocero del poder corporativo establecido.

Comunicación vertical

> «No podemos concebir el ejercicio de poner al individuo A sobre el B sin alguna comunicación de A hacia B» (Fagen 1966).

La América Latina es el ejemplo más claro de la propiedad de tal afirmación. Una verdadera minoría de su población ejerce poder sobre la vasta mayoría asegurándose una dominación total. Para lograrlo, las elites de la oligarquía recurren a los medios de comunicación de masas como instrumento para mantener inalterable la situación. El uso de la comunicación se hace a menudo en forma tan antidemocrática que llega a llamarse "comunicación vertical", como la llamaron Pasquali, Freire y Gerace. Y lo que sucede entre las clases sociales dentro de todos los países de la América Latina, también ocurre entre ellos —una sociedad dependiente— y los Estados Unidos de América, su dominador externo. En ambos casos los poderosos dominan a los impotentes, con la ayuda de la comunicación.

La situación encuadra perfectamente con la linealidad del paradigma clásico que, como lo sugiere la siguiente observación, no favorece la conducta democrática de la comunicación:

> «Lo que ocurre a menudo bajo el nombre de comunicación es poco más que un monólogo dominante en beneficio del iniciador del proceso. La retroalimentación no se emplea para proporcionar la oportunidad de diálogo auténtico. El receptor de los mensajes es pasivo y está sometido puesto que casi nunca se le brinda la oportunidad adecuada para actuar en forma acorde como verdadero y libre emisor; su papel es escuchar y obedecer. Tan vertical, asimétrica y cuasi-autoritaria relación social constituye, a mi modo de ver, una forma antidemocrática de comunicación [...] debemos [...] ser capaces de construir un nuevo concepto de la comunicación, un modelo humanizado, no elitista, democrático y no mercantilizado» (Beltrán 1974).

Muchos en Latinoamérica están de acuerdo con esa clase de afirmaciones. Gerace (1973) considera que es urgente concebir otras teorías de la comunicación que estén más de acuerdo con esta región y con el Tercer Mundo en general. Un profesional paraguayo se expresa así:

> «Debemos refrenar nuestro impulso mental de percibir nuestra propia realidad a través de los conceptos e ideologías foráneos y aprender a mirar hacia la comunicación y adopción desde una nueva perspectiva» (Díaz Bordenave 1974).

Perspectiva de freire: un punto de partida

En una fértil avenida de nuevas perspectivas se abrió una amplia puerta en la primera parte de la década de 1960 y lo hizo un maestro filósofo católico: Paulo Freire. Su visión de la educación como instrumento liberador para las masas, de la opresión de las elites, le ganó el exilio de su país a mediados de esa década. Desde entonces, escribiendo al principio desde Chile y después en Ginebra, él mismo ha visto cómo sus ideas se han extendido internacionalmente y se han experimentado aun en África. Aunque concentró su pensamiento en principios y métodos de educación nuevos a nivel de grupo y de manera especial en contextos rurales, sus proposiciones han tenido, en Latinoamérica especialmente, un impacto notorio sobre la teoría de la comunicación en general, incluyendo aquella que corresponde a los formatos de los medios de comunicación de masas.

Educación para la opresión

Freire (1970) inició una gran crítica a la educación tradicional como instrumento de la dominación cultural de las mayorías por las elites conservadoras. Así como Berlo apellidó al esquema tradicional en comunicación la "teoría del balde", Freire llamó educación "bancaria" a la pedagogía latina clásica.

Los "banqueros" (maestros) son aquellos que representan a los "ricos" en conocimientos (los miembros de las elites del poder que monopolizan la información junto con todo lo demás de algún valor en la sociedad) y son quienes hacen los "depósitos" en las mentes de los "pobres" (ignorantes), los estudiantes, que son quienes han de recibir pasivamente la "riqueza" que de tal modo se les ha traspasado. Los "depósitos" contienen el conjunto de normas, mitos y valores de los opresores de la humanidad. Si los oprimidos los aprenden bien, pueden esperar ascender dentro de la estructura socioeconómica, política y cultural que los opresores presiden. Es decir, pueden "cobrar" algún día los "depósitos" de bienes materiales que los "banqueros" están dispuestos a concederles en forma paternalista, como recompensa por adaptarse a su ideología y no trastornar el orden establecido. Al hacerlo, la mayoría de los oprimidos tienden a convertirse en opresores puesto que, aunque algunos pueden querer actuar de diferente manera, «le temen a la libertad». De este modo las mismas masas explotadas están acostumbradas a ayudar a asegurar la perpetuidad del sistema. Y como Gerace señala: «Tal vez la peor presión es aquella que hace presa del alma del hombre, convirtiéndolo en la sombra de su opresor».

Así Freire advierte que: «Ninguna pedagogía verdaderamente liberadora puede permanecer distante de los oprimidos tratándolos como desafortunados y presentándolos para que emulen modelos de los opresores. Los oprimidos deben ser su propio ejemplo en la lucha por la redención».

Cómo se propaga "la verdad"

Tras la "educación bancaria" yace —dice Pinto (1972)— una teoría de conocimiento que define la relación existente entre un sujeto que sabe y una realidad-objeto que se conoce. Tal realidad se entiende como algo estático y terminado. Y ambos, el sujeto que sabe y el objeto conocido, se consideran entidades metafísicas y también unidades fijas y precisas. Ésta es la razón para que la relación sujeto-objeto se

haga muy dificultosa. Es difícil para el sujeto comprender el objeto. Cuando al fin logra hacerlo, lo que nace es una relación de propiedad entre el anterior y el último. Aquí entra, añade Pinto, la noción de la "verdad" como la posesión del sujeto. Busca él, entonces, imponer su visión de la realidad como definitiva y sin alternativa, y por lo mismo, no sujeta a duda, crítica o reto. Pinto concluye:

> «Se genera entonces entre el educador y el aprendiz, una relación social totalmente vertical: el educador-sujeto, poseedor de la absoluta verdad, la deposita (la impone) en la inteligencia del aprendiz, quien la recibe pasivamente (la memoriza) [...] Y esta verticalidad implica la dominación intelectual del educador sobre el aprendiz, la cual está apoyada por un sistema de sanciones disciplinarias de manera tal que la verdad será siempre aceptada sin réplica».

Domesticación en vez de liberación

Freire siente que una relación tan autoritaria manipula a las personas, a quienes se les trata como animales o cosas. A pesar de lo mucho que ello pueda disfrazarse con métodos de enseñanza aparentemente no despiadados, constituye una ofensa a la dignidad humana y a la libertad. Tal "domesticación" es sólo posible porque el maestro, en vez de ayudar al estudiante a desmitificar la realidad, contribuye a su mayor mistificación. Así, al estudiante no se le permite descubrir que la cultura es superior a la naturaleza, que el hombre es un ser histórico capaz de transformar su realidad física y social constantemente y que los oprimidos, más que aceptar esa realidad en forma fatalista, son capaces de liberarse de ella y construir una diferente.

Para mantener la sociedad como ella es, para evitar el evaluarla en forma crítica, el maestro no entra jamás en comunicación real con los estudiantes; simplemente les impone sus "comunicados", impidiendo que ellos desarrollen una conciencia autónoma de la realidad. Porque la comunicación genuina —entendiéndose como diálogo dirigido a compartir activamente las experiencias y reconstruir la realidad conjuntamente— privaría a ese profesor (maestro) de su poderosa ventaja: la manipulación. Freire (1969) hace con énfasis esta afirmación:

> «Por esto es por lo que, a nuestro parecer, la educación como práctica de la libertad no es la transferencia o transmisión de la sabiduría o de la cultura, no es la extensión del conocimiento técnico, no es el acto de depositar informes o hechos en los aprendices, no es la "perpetuación de los valores de una determinada cultura", no es "el esfuerzo de adaptación del aprendiz a su medio"».

Además de sumisión y pasividad, la falta de creatividad se mira como una consecuencia de la educación tipo "bancaria". En forma crítica, privada de razonamiento, la persona se inhibe de desarrollar su imaginación: su conciencia sobre la naturaleza y la existencia social permanece ingenua y a veces mágica, según lo prefieran los mandones. Esto puede también propiciar el individualismo egoísta y la competencia entre los oprimidos más que la solidaridad y la cooperación. La sociedad permanece como narcotizada, al servicio de los fines de las minorías que controlan la educación y la comunicación.

Los medios: agentes de subyugación

Freire considera a los medios de comunicación de masas como los propagadores de los mitos, normas y valores de las minorías oligarcas y, como tales, instrumentos de la comunicación vertical y alienante, encargados de ayudar al logro de la subyugación de los oprimidos. Y al referirse al formato de la educación interpersonal del adulto, conocida como "extensión agrícola", establecida en Latinoamérica con la ayuda de los Estados Unidos, el letrado la atacó como contraria a la verdadera comunicación puesto que educar no es extender algo desde la «sede de la sabiduría» hacia «la sede de la ignorancia».

Para nosotros —afirmó Freire— «la educación como práctica de la libertad es, por encima de todo, una situación verdaderamente gnosológica. Aquella en la cual el acto de saber no termina en el objeto

que ha de conocer puesto que entra en comunicación con otros sujetos que se pueden conocer también».

Hacia la comunicación democrática

Con muy pocas excepciones la crítica temprana a las conceptualizaciones de la comunicación no tuvieron la profundidad suficiente para llegar a las raíces de lo que criticaron: la economía y la política, el juego del poder. Una de esas excepciones la constituyó el finado C. Wright Mills (1956), quien denunció a los medios de comunicación de masas como promotores del «analfabetismo psicológico» entre las masas y encaminados a favorecer la hegemonía de las «elites del poder».

Rogers (1974) recientemente denunció que: «[...] los modelos lineales implican una visión autocrática, unilateral de las relaciones humanas» y calificó al modelo clásico como un «paradigma pasajero». Y el mismo profesor Lasswell al pronosticar en 1972 el futuro del mundo de la comunicación en relación con el desarrollo de las naciones, llegó a anticipar dos paradigmas contrastantes. Rotuló uno como el «modelo oligárquico» que sirve a los propósitos de los centros de poder transnacionales: «Al luchar por la consolidación de un orden público mundial oligárquico, los instrumentos de la comunicación se usan para adoctrinar y distraer». Para Harms y Richstad el modelo oligárquico es considerado «como paralelo al modelo de comunicación por transmisión en que se ha empleado en el estudio de la comunicación de masas y de otros sistemas controlados por las fuentes».

Lasswell (1972) designó a la alternativa «el modelo participatorio», bajo el cual ve él que esos «[...] medios de comunicación de masas proporcionan oportunidades de atención que generan y re-editan planos comunes del presente y futuro del hombre y fortalecen un sentido universal y diferenciado de identidad e interés común». En gran parte, sin embargo, fueron los perfiles latinoamericanos los que descubrieron las raíces del paradigma clásico pro statu quo. Transmisión/persuasión: la naturaleza antidemocrática de las relaciones sociales dentro de las naciones y entre ellas. En efecto, casi todas las críticas latinoamericanas están bien condensadas en la expresión "comunicación vertical", es decir de arriba hacia abajo, dominante, impositiva, de monólogo y manipuladora; en resumen: no democrática.

Así percibida, la comunicación no es la cuestión técnica que se trate en forma aséptica, aislada de la estructura económica, política y cultural de la sociedad. Así, la búsqueda de una salida de tal situación se dirige al cambio de la comunicación vertical/antidemocrática hacia la horizontal/democrática. La búsqueda comenzó más que todo en la década presente, en varios lugares, a través de esfuerzos que variaban en su radio de acción y enfoque pero coincidían en su propósito: democratizar la comunicación tanto en el concepto como en la práctica.

Avances teóricos y prácticos

En diversos lugares del mundo, pero especialmente en los países menos desarrollados y muy particularmente en aquellos de la América Latina, se está experimentando con las tecnologías de la comunicación horizontal. Ellas son procedimientos de comunicación cara a cara, tales como la "concientización" de Freire, combinaciones especiales de medios de comunicación de masas, con técnicas de grupo o formatos de comunicación de grupo construidos con base en modernos instrumentos audiovisuales.[4]

En Perú, por ejemplo, se están utilizando unidades móviles de vídeo para educación rural no formal, con métodos que proporcionan a los campesinos la oportunidad de ser no sólo receptores sino también emisores de los mensajes (Calvelo Ríos 1978, 1979). En ese mismo país un enorme esfuerzo con medios simples, como periódicos de la comunidad y sistemas de altoparlantes, está convirtiendo gente de los tugurios en comunicadores activos y autónomos (Mata, Montesinos, Mertz y Solezzi 1976). Y en Uruguay el audio-casete con dispositivos para grabación hace que los granjeros cooperativos participen en un teleforo a nivel nacional cuyo contenido determinan ellos (Kaplún 1978). UNESCO patrocina estudios, bibliografías y publicaciones en este campo de tecnologías de la comunicación por "minimedios o intermedios". Recientemente han tenido lugar en Yugoslavia y Ecuador algunas reuniones internacionales encaminadas directa y exclusivamente a la "comunicación participatoria" (Gerace 1978 y Fraser 1978).

Varios autores contribuyeron al replanteamiento del concepto de comunicación. Pocos, sin embargo, se concentraron en su tarea lo suficientemente como para llegar al diseño sistemático de modelos de comunicación democrática. Ya en 1967 Moles (1967) había ofrecido la noción del «ciclo cultural» que involucraba a «creador», «micromedios», «medios masivos» y «macromedios». Schaeffer (1970) propuso «el triángulo de la comunicación» con el «mediador» como centro. Al mismo tiempo Williams (1970) urgió a los investigadores para que estudiaran la comunicación como un fenómeno que hace relación a la «transacción».

Al comienzo de la presente década, Johannensen (1971) produjo un valioso resumen analítico de las conceptualizaciones de "la comunicación como diálogo". Al analizar críticamente la comunicación en su relación con la "cultura de masas", Pasquali (1972) aportó algunas bases para el pensamiento de la comunicación horizontal. Díaz Bordenave (1972) evaluó rápidamente la evolución inicial del concepto de comunicación hacia el modelo democrático que había recibido gran estímulo del pensamiento de Freire.

Luego Cloutier (1973) planteó el esquema del "EMIREC" que trató de juntar al emisor y al receptor. Y siendo más específico sobre el planteamiento de Freire de «educación para la liberación» así como capitalizando las experiencias pioneras de Bolivia y Perú, Gerace (1973) exploró todavía más la naturaleza de la «comunicación horizontal» y Gutiérrez (1973) escribió sobre la noción del «lenguaje total». Casi invariablemente con estos y otros trabajos similares, se le dio al diálogo importancia como agente crucial de la comunicación democrática, aunque tal vez no se trajinó en detalle con su naturaleza.

La proposición de Fernando Reyes Matta (1977), quien desarrolló en bastante detalle el macro-operativo «modelo de comunicación con participación social activa», es una más reciente y metódica proposición. Más que explícitamente intentar redefinir la comunicación, este analista latinoamericano propuso un amplio y pragmático diseño de organización institucional para hacer factible la comunicación horizontal. Aunque los conceptos como "derechos de comunicación", "acceso" y participación", parecían no haber sido lo suficientemente definidos, Reyes Matta buscó utilizarlos de maneras interrelacionadas. Otras recientes contribuciones a la conceptualización de la comunicación horizontal son las de Azcueta (1978), Díaz Bordenave (1978), Jouet (1977, 1978) y Pinto (1978). El CIESPAL (1978) publicó un informe preliminar de su reunión de 1978 en Quito sobre comunicación participatoria.

Finalmente, dos investigadores norteamericanos —Harms (1977) y Harms y Richstad (s/f)— pioneramente llevaron a cabo esfuerzos sistematizados para interrelacionar las nociones de "derechos de comunicación", "recursos" y "necesidades". Llegaron a un «modelo de intercambio de la comunicación humana» que a pesar de limitaciones como su naturaleza puramente diádica, ofrece introspecciones democratizantes y muestra considerable poder heurístico. Este modelo no trató de integrar los derechos de la comunicación-necesidades-recursos con el acceso-diálogo-participación en comunicación. Y ni el modelo de Reyes Matta ni el de Harms y Richstad abordaron específicamente finalidades de la comunicación, como la persuasión.

La naturaleza de la comunicación horizontal

A la luz de las críticas examinadas, de las proposiciones innovadoras que acabamos de resumir y de otras consideraciones relacionadas, el autor del presente trabajo propone ahora la siguiente definición para el debate:

> La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa en el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.
>
> Todos tienen el derecho a comunicarse con el fin de satisfacer sus necesidades de comunicación por medio del goce de los recursos de la comunicación.
>
> Los seres humanos se comunican con múltiples propósitos. El principal no es el ejercicio de influencia sobre el comportamiento de los demás.

Acceso es el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes.

Diálogo es el ejercicio efectivo del derecho a recibir y al mismo tiempo emitir mensajes.

Participación es el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes.

Comunicadores son todos los seres humanos aptos tanto para recibir mensajes como para emitirlos.

Derecho a la comunicación es el derecho natural de todo ser humano a emitir y recibir mensajes, al mismo tiempo e intermitentemente.

Necesidad de comunicación es tanto una exigencia natural individual, como un requisito de la existencia social sobre el uso de los recursos de la comunicación con el fin de entrar a compartir las experiencias por la interacción con intervención de símbolos.

Recurso de la comunicación es todo elemento energía/materia —cognitivo, afectivo o físico— que puedan usarse para hacer posible el intercambio de símbolos entre los seres humanos.

Libertad es un concepto relativo. La libertad absoluta no es deseable ni viable. La libertad de todo individuo está limitada por la de otros y su restricción es el producto de acuerdos de responsabilidad social al servicio del bien común. La libertad de toda la sociedad está condicionada a la libertad de las demás sociedades.

Igualitarismo es un concepto relativo. La absoluta igualdad no es posible. No puede lograrse la simetría total en la distribución de las oportunidades para emitir y recibir mensajes. Las oportunidades similares son posibles en la medida en que resulte factible expandir las oportunidades de recepción y en la medida en que reducir significativamente la concentración de las oportunidades de emisión pueda no resultar imposible. Por tanto, se busca un equilibrio justo de las proporciones; no la equivalencia matemática.

La *influencia* sobre el comportamiento es una *finalidad* lícita sujeta a la condición de que no sea unilateral, autoritaria o manipulatoria. Es decir, la *persuasión* que al menos potencialmente es mutua y que en efecto respete la dignidad humana no tiene por qué descartarse como un propósito de la comunicación. Aún en ese caso, la persuasión no es sino una entre las diversas metas de la comunicación y *no debe considerarse como la más importante*.

Unas pocas consideraciones operativas

1. El libre e igualitario proceso de la comunicación acceso-diálogo-participación se hace sobre la estructura de los derechos-necesidades-recursos y se dirige a la realización de múltiples propósitos.
2. El acceso es la precondición para la comunicación horizontal. Comenzando porque sin oportunidades similares para todas las personas de recibir mensajes, no puede existir interacción social democrática.
3. El diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona debería tener oportunidades similares para emitir y recibir mensajes con el fin de evitar la monopolización de la palabra por el monólogo.
   La convicción de que el diálogo —la conversación— está en el corazón de la verdadera comunicación humana la sostienen no sólo los educadores como Freire. Un filósofo como Buber (1958) es su gran defensor. Y también los psiquiatras y psicólogos como Carl Rogers (1969) y Eric Fromm (1956). El diálogo hace posible un ambiente cultural favorable a la libertad y a la creatividad del tipo que se juzga más conducente para el desarrollo total de la inteligencia, según la opinión del psicólogo Jean Piaget (1961).
   Dado que, bajo tal perspectiva, estos papeles opuestos se incluyen en un constante y equilibrado desempeño dual, todos los participantes en el proceso de la comunicación deberían identificarse como "comunicadores", como lo propusieron muy correctamente Harms y Richstad. Así, la diferenciación entre las dos opciones separadas —"fuente" y "receptor"— ya no resulta apropiada.
4. La participación es la culminación de la comunicación horizontal porque sin oportunidades similares para todas las personas de emitir los mensajes, el proceso permanecería gobernado por la minoría.
5. Desde la perspectiva de la viabilidad práctica, el acceso-diálogo-participación constituyen una secuencia probabilística. Esto quiere decir que en términos del grado de dificultad de logro, el acceso está en un bajo nivel, el diálogo en uno intermedio y la participación en un alto nivel. Se considera más fácil obtener que más gente reciba los mensajes que construir circunstancias que harían posible el diálogo y hacer esto último se considera más factible que efectivamente convertir a cada persona en un emisor importante.
6. El acceso es esencialmente un asunto cuantitativo. El diálogo es eminentemente cuantitativo y la participación es cualitativa/cuantitativa.
7. El acceso, el diálogo y la participación son los elementos clave del proceso sistemático de comunicación horizontal. Tienen relación de interdependencia. Es decir:
   a) A mayor acceso, mayor probabilidad de diálogo y participación;
   b) A mejor diálogo, mayor y mejor utilidad del acceso y mayor impacto de la participación; y,
   c) A mayor y mejor participación, mayor probabilidad de ocurrencia del diálogo y del acceso. A mayor acceso, diálogo y participación, mejor satisfacción de la necesidad de comunicación; mientras más efectivos los derechos a la comunicación, más y en mejor forma serán utilizados los recursos de la comunicación.
8. La autoadministración, ilustrada por la sobresaliente experiencia yugoslava con las empresas de comunicación que no son ni privadas ni gubernamentales, sino comunitarias, se considera la más avanzada forma de participación total, puesto que permite a la ciudadanía decidir sobre políticas, planes y acciones (UNESCO 1977).
9. La retroalimentación es un riesgo clave del diálogo, cuando opera en forma multidireccional balanceada, por la cual todas y cada una de las personas implicadas en una situación de comunicación la dan y la reciben en condiciones similares. La retroalimentación es contraria al diálogo cuando es unidireccional, porque está al servicio de la dependencia, no de la interdependencia equilibrada.

10. La práctica de la comunicación horizontal es más viable en el caso de formatos interpersonales (individuales y de grupo) que en el caso de los formatos interpersonales (masas). Una obvia explicación técnica para ello es la dificultad intrínseca de lograr la retroalimentación en la comunicación de masas. Pero la principal explicación es política: es el hecho de que los medios de comunicación de masas sean, en su mayoría, instrumentos solapados de las fuerzas conservadoras y mercantilistas que controlan los medios de producción nacional e internacionalmente.

Una palabra de cautela y una palabra de esperanza

La restricción es indispensable. La comunicación horizontal es exactamente opuesta a la comunicación vertical. Pero en forma realista, la primera no debería considerarse necesariamente el sustituto de la última. Bajo determinadas circunstancias puede serlo. Bajo diferentes circunstancias puede ser una alternativa coexistente. Como Buber (1965) lo señala, el diálogo no siempre es posible y puede añadirse que el monólogo no es a menudo evitable y a veces se convierte aun en necesario, dependiendo de diversos propósitos y circunstancias.

Ellos pueden ser vistos, sugiere Johannensen (1971), como los extremos de una cosa continua. Idealmente todas las formas de comunicación deberían ser horizontales.

En la práctica esto no siempre es posible ni aun deseable. Así, si la comunicación vertical tiene que permanecer en escena hasta cierto punto, lo que de ninguna manera debería suceder es que sea manipuladora, engañosa, explotadora y coercitiva.

Notas

1 El énfasis en cursivas no es del original.

2 El énfasis en cursivas no es del original.

3 Una de estas excepciones la constituyó Berlo (1969): «Necesitamos concentrarnos en [...] formas en que la gente use los mensajes, no como lo hemos hecho en el pasado, en [...] formas en que los mensajes pueden usar a la gente».

4 El más antiguo ejercicio de esta forma de comunicación fue el del surgimiento en Bolivia en 1947 de las radios mineras, autofinanciadas y autogestionarias, propias de sindicatos de trabajadores que así tomaron la palabra en nombre del pueblo veinte años antes de la aparición de proposiciones teóricas en tal sentido.

Bibliografía citada

Arundale, R. B. (1971). "The Concept of Process in Human Communication Research". Disertación de Ph.D. Michigan State University.

Assman, Hugo (1973). "Evaluación de algunos estudios latinoamericanos sobre Comunicación Masiva, con especial referencia a los escritos de Armand Mattelart". Documento presentado al Congreso Latinoamericano de Sociología. San José, Costa Rica.

Azcueta, Miguel (1978). "Comunicación de Masas y Cultura Popular". Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Cooperativa. Brasil, Garanhuns, septiembre 17-23.

Bauer, R. (1964). "The Obstinate Audience" en *American Psychologist*, Vol. 19.

Beltrán S., Luis Ramiro (1974). "Rural Development and Social Communication: Relationships and Strategies" en Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development, Cali, Colombia, marzo 17-22. Ithaca. N.Y., Cornell University.

Beltrán S., Luis Ramiro (1976). "Alien Premises, Objects, and Methods in Latin American Communication Research" en Rogers, Everett M. (ed.) *Communication and Development: Critical Perspectives*. Londres, Sage Publications.

Beltrán S., Luis Ramiro (1978). "TV Etchings in the Minds of Latin Americans: Conservatism, Materialism, and Conformism" en *Gazette*, Vol. 24.

Beltrán S., Luis Ramiro (1978). "Communication between the United States and Latin America: A Case of Cultural Domination". Ponencia presentada a la World Media Conference, patrocinada por The News World, New York City, octubre.

Beltrán S., Luis Ramiro y Fox de Cardona, Elizabeth (1977). "Flaws in the Free Flow of Information" en Richstad, Jim (ed.) *Conference on Fair Communication Policy for the International Exchange of Information, Communication Report*. Honolulu, East-West Communication Institute, East-West Center.

Berelson, Bernard and Steiner, Gary (1964). *Human Behavior*. New York, Harcourt, Brace and World, Inc.

Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication*. New York, Holt, Rinehart and Winston.

Berlo, David K. (1963). "Communication Theory and Audiovisual Instruction". Keynote Address to the National Convention of the Department of Audiovisual Instruction, National Education Association, Denver, abril 23.

Berlo, David K. (1969). "Given Development, What Role for Communication?". Documento presentado al Consejo Nacional de la Publicidad. Ciudad de México.

Blake, Reed y Haroldsen, Edwin. (1975). *A Taxonomy of Concepts in Communication*. New York, Hastings House.

Bordenave, Juan Díaz (1974). "Communication and Adoption of Agricultural innovations in Latin America" en Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development, Cali, Colombia, marzo 17-22. Ithaca, N.Y., Cornell University.

Bordenave, Juan Díaz (1978). "Aspectos Políticos e Implicaciones Políticas de la Comunicación Participatoria". Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Quito, CIESPAL, noviembre.

Bosco Pinto, Joao (1972). "Subdesarrollo, Medios de Educación de Masa y Educación". Curso Regional Andino sobre Educación Campesina Extraescolar. Bogotá, Colombia, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, marzo 6-abril 14.

Brooks, Robert D. y Scheidel, Thomas M. (1968). "Speech as Process: A Case Study" en *Speech Monographs*, Vol. 35, marzo.

Buber, Martin (1958). *I and Thou*. New York, Scribner's.

Buber, Martin (1965). *Between Man and Man*. New York, Macmillan.

Calvelo Ríos, Manuel (1978). "Tecnología de Capacitación Masiva Audiovisual: Un Caso de Aplicación a la Capacitación Campesina". Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Quito, Ecuador, CIESPAL, noviembre.

Calvelo Ríos, Manuel (1979). "Mass Communication Technology: A Case Study in Training Campesinos" en *Development Communication Report*, Nº 25, enero.

Carvalho, Bernardo A. (1977). "The CIA and the Press, Freedom of Information" en *Center Report*, Nº 382. University of Missouri, School of Journalism.

CIESPAL (1978). Informe Preliminar de los Grupos de Trabajo, Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Quito, noviembre.

Cloutier, Jean (1973). *La Communication Audio-Scripto-Visuelle*. Montreal, Presses Universitaires.

Cockroft, James D.; Gunder Frank, André y Johnson, Dale (1972). *Dependence and Underdevelopment: Latin America's Political Economy*. Garden City, Anchor Books/Doubleday.

Coleman, J. S. (1958). "Relational Analysis: A Study of Social Organization with Survey Methods" en *Human Organization*, Vol. 17.

Cuéllar, G. D. y Gutiérrez, J. (1971). "Análisis de la investigación y de la aplicación del difusionismo". Documento presentado en la Segunda Reunión Anual de Comunicadores Rurales. Cali, Colombia.

D'Arcy, Jean (1969). "Direct Broadcast Satellites and the Right to Communicate" en *EBU Review*.

DeFleur, Melvin L. (1964). *Theories of Mass Communication*. New York, David McKay Company, Inc.

Díaz Bordenave, Juan (1972). "New Approaches to Communication Training for Developing Countries". Ponencia presentada en Section of Information and Communication Problems in Development at the Third World Congress of Rural Sociology. Bâton Rouge, Louisiana, agosto 21-27,

Díaz Bordenave, Juan (1974). "Comunicación y Desarrollo". Barquisimeto, Venezuela, septiembre 8-9.

Everett M. Rogers (ed.) (1976). *Communication and Development: Critical Perspectives*. Londres, Sage Publications.

Fagen, Richard R. (1966). *Politics and Communication*. Boston, Little, Brown & Co.

Finkelstein, Sidney (1969). *Sense and Nonsense of McLuhan*. New York, International Publishers.

Fraser, Colin (1978). "Technology for Participatory Communication". Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Quito, CIESPAL, noviembre.

Freire, Paulo (1969). *¿Extensión o Comunicación?*. Santiago de Chile, ICIRA.

Freire, Paulo (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York, Herder & Herder.

Fromm, Eric (1956). *The Art of Loving*. New York, Harper.

Gerace, Frank (1973). *Comunicación Horizontal*. Lima, Librería Studium.

Gerace, Frank (1978). "Cinco Experiencias de Comunicación Participatoria". Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Quito, CIESPAL, noviembre.

Gerbner, George (1958). "Content Analysis and Critical Research in Mass Communication" en *Communications Review*, Vol. 6, primavera.

Gunter, Jonathan F. (1978). "An introduction to a Great Debate" en *Journal of Communication*, Vol. 28, otoño.

Gutiérrez, Francisco (1973). *El Lenguaje Total: Una Pedagogía de los Medios de Comunicación*. Buenos Aires, Editorial Humanitas.

Halloran, James D. (1974). *Mass Media and Society: The Challenge of Research*. Leicester University Press.

Harms, L. S. (1977). "Towards a Shared Paradigm for Communication: An Emerging Foundation for the New Communication Policy and Communication Planning Sciences" en Rahim, Syed A. y Middleton, John (eds.) *Perspectives in Communication Policy and Planning*. Honolulu, East West Communication Institute (EWCI).

Harms, L. S. (1978). *To Achieve the Right to Communicate, Issues in Communication*. Londres, International Institute of Communications.

Harms, L. S. y Richstad, Jim (s/f). "An Interchange Model of Communication". Honolulu, Hawai.

Harold D. Lasswell (1948). "The Structure and Function of Communication in Society" en Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York, Harper and Row.

Hovland, C. I. (1948). "Social Communication" en *Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 92.

Johannesen, Richard L. (1971). "The Emerging Concept of Communication as Dialogue" en *The Quarterly Journal of Speech*, Vol. 15, diciembre.

Jouet, Josiane (1977). "Community Media and Development: Problems of Adaptation". Documento de trabajo preparado para UNESCO's Meeting on Self-Management, Access, and Participation in Communication. Belgrado, octubre 18-21.

Jouet, Josiane (1978). "Participatory Communication in the Third World: A Critical Outlook". Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Quito, CIESPAL, noviembre.

Kaplún, Mario (1978). "Un Sistema de Comunicación Participatoria". Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Quito, CIESPAL, noviembre.

Katz, E. y Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York, Free Press.

Kumata, H. (1973). En Richstad, Jim y Harms, L. S. (eds.) *World Communication, Population Communication, Communication Technology, Communication in the Future*. Honolulu, Speech-Communication Association.

Lasswell, Harold D. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York, Alfred A. Knopf.

Lasswell, Harold D. (1972). "The Future of World Communication: Quality and Style of Life". Conferencia sobre comunicación internacional. Honolulu, East-West Communication Institute (EWCI), East-West Center, septiembre.

Lazarsfeld, Paul y Merton, Robert (1948). "Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action" en Bryson, L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York, Harper.

Lerner, Daniel (1973). En Richstad, Jim y Harms, L. S. (eds.) *World Communication, Population Communication, Communication Technology, Communication in the Future*. Honolulu, Speech-Communication Association.

Mata, María C.; Montesinos Mertz, Dora y Solezzi, Graciela (1976). Evaluación del Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador. Lima, Universidad Católica del Perú, Centro de Teleducación,

Mattelart, Armand (1970). "Críticas a la *Communication Research*" en *Cuadernos de la Realidad Nacional*, edición especial.

McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, McGraw-Hill.

Merton, R. K. (1957). "The Sociology of Knowledge of Mass Communications" en Merton, R. K. (ed.) *Social Theory and Social Structure*. Glencoe, The Free Press.

Moles, Abraham (1967) *Sociodynamique de la Culture*. París y La Haya, Mouton.

Newcomb, T. M. (1953). "An Approach to the Study of Communicative Acts" en *Psychological Review*, Vol. 60.

Nixon, Raymond (1963). *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva*. Quito, Ediciones CIESPAL.

Noseda, Ricardo C. (1972). "Definición y Deslinde Conceptual de la Comunicación". Documento presentado a la IX Asamblea y Congreso de la Asociación Internacional de Investigación en Comunicación de Masas. Buenos Aires.

Nowak, Kjell; Rosengren, Karl Erik y Sigurd, Bengt (1977). "Communication Privilege and the Realization of Human Values" en *Communication, Social Organization, Human Resources* (MIKS Project). Estocolmo, Committee for Future Oriented Research.

Osgood, Charles E. (1961). Some *Terms and Associated Measures for Talking About Communication*. Urbana, Ill., Institute for Communication Research.

Pasquali, Antonio (1963). *Comunicación y Cultura de Masas*. Caracas, Monte Ávila Editores.

Piaget, Jean (1961). *6 Studos de Psicologia*. Rio de Janeiro, Fundo de Cultura.

Pinto, Joao Bosco (1978). "La Comunicación Participatoria como Pedagogía del Cambio: Fundamentos Epistemológicos". Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria. Quito, CIESPAL, noviembre.

Reyes Matta, Fernando (1976). "The Information Bedazzlement of Latin America: A Study of World News in the Region" en *Development Dialogue*, Nº 2.

Reyes Matta, Fernando (1977). "From Right to Praxis: A Model of Communications with Active Social Participation". Ponencia presentada en el seminario International Communications and Third World Participation: A Conceptual and Practical Framework. Amsterdam, septiembre 5-8.

Rogers, Carl (1969). *Freedom to Learn*. Columbus, Charles Merrill.

Rogers, Everett M. (1974). "Social Structure and Communication Strategies in Rural Development" en Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development, Cali, Colombia, marzo 17-22. Ithaca, N.Y., Cornell University.

Rogers, Everett M. (1975). "Where We Are in Understanding Diffusion of Innovations" en Schramm, Wilbur y Lerner, Daniel (eds.) *Communication and Change in Developing Countries: Ten Years After*. Honolulu, University of Hawaii/East-West Center Press.

Roncagliolo, Rafael (1977). "Communication: Social Change and the Need for a New Conceptual Framework". Documento preparado para el seminario International Communications and Third World Participation: A Conceptual and Practical Framework. Amsterdam, septiembre 5-8.

Schaeffer, P. (1970). *Machines à Communiquer*. Paris, Seuil.

Schramm, Wilbur (1961). "How Communication Works" en *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, University of Illinois Press.

Schramm, Wilbur (1973). Men, *Messages, and Media: A Look at Human Communication*. New York, Harper and Row.

Schramm, Wilbur (s/f). "Toward a General Theory of Human Communication". Conferencia dictada en la Universidad de Texas.

Shannon, Claude E. y Weaver, Warren (1971). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, University of Illinois Press.

Smith, Alfred B. (1966). *Communication and Culture*. New York, Holt, Rinehart and Winston.

Smith, David H. (1972). "Communication Research and the Idea of Process" en *Speech Monographs*, Vol. 39.

Somavía, Juan (1976). "The Transnational Power Structure and International Information: Elements of a Third World Policy for Transnational News Agencies" en *Development Dialogue*, Nº 2.

UNESCO (1976). Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, *Informe Final*, (COM/MD/38). San José, Costa Rica, 12-21 de julio.

UNESCO (1977). Reunión sobre la Autogestión, el Acceso y la Participación en Materia de Comunicación, Informe Final. Belgrado, octubre 18-21.

UNESCO (1978). Conferencia General, vigésima sesión: *Draft Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, the Promotion of Human Rights and to countering Racialism, Apartheid, and Incitement to War.* Compromise text proposed by the Director-General with a view to consensus. Paris, (UNESCO 20 C/20 Rev.).

Westley, Bruce H. y MacLean, Malcolm S. (1957). "A Conceptual Model for Communication Research" en *Journalism Quarterly*, Vol. 34.

Wiener, Norbert (1950). *The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society*. Boston, Houghton Mifflin Co.

Williams, Keneth R. (1970). "Speech Communication Research: One World or Two?" en *Central States Speech Journal*, Vol. 21, otoño.

Wright Mills, C. (1956). *The Power Elite*. New York, Oxford University Press.

Wright, Charles R. (1959). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. New York, Random House.

Zires de Janka, M. (1973). "Mass Communication in the Context of Development with special reference to Latin America". Paper for Diploma in International and National Development. The Hague, Netherlands Institute of Social Studies.

La comunicación en la pedagogía de Paulo Freire

Extracto de *Pensamento Comunicacional Brasileiro*[1]

José Marques de Melo

1. La pedagogía de Paulo Freire es una pedagogía de la comunicación

Cuando al inicio de su primer libro Paulo Freire afirma que «el hombre es un ser de relaciones más que solamente de contactos, no está solamente en el mundo sino con el mundo» [EPL, 39], hace muy evidente el marco de su pedagogía.

Esta idea nos sirve para entender que Freire fundamenta su propuesta educativa en un «mundo de comunicación»[2] en el que el hombre está en el centro y en relación con otros hombres y con la naturaleza. También está «conectado» con el Creador; de ahí su concepto de religión —*religare*— que encarna «el sentido trascendental de las relaciones humanas» y que, por su propia esencia, no debe ser comprendido nunca como una relación de «dominación o domesticación» sino como un instrumento de «liberación» [EPL, 40].

La relación del hombre con el mundo lo introduce en el dominio de la historia («heredando la experiencia adquirida») y la cultura («creando y recreando, integrándose a las condiciones de su contexto») [EPL, 41].

Al relacionarse con el mundo, el hombre se integra a él («capacidad de adaptarse a la realidad, además de transformarla, así como la facultad de escoger, que tiene como característica principal la criticidad»). Es por ello que trasciende el contacto (que entraña el aspecto de la masificación [convirtiéndose en parte de la masa popular] y el "desarraigo"). El hombre en contacto con el mundo es el hombre «que se acomoda a los ajustes» impuestos sobre él «sin el derecho de discutirlos»; el hombre que sacrifica su «capacidad creativa», es decir, su capacidad de transformación [EPL, 42].

El hombre integrado en su mundo hace la cultura. «Sobre la base de la relación del hombre con la realidad, resultante de estar con ella y en ella, el hombre es capaz de dinamizar su mundo por medio de actos de creación, recreación y decisión» [EPL, 43]. La postura contraria es la del hombre masificado [parte de una masa popular], en contacto con la realidad, pero no integrado en ella. Por consiguiente, está «dominado por la fuerza de mitos y controlado por la publicidad organizada» y «sin saberlo, abandona cada vez más su capacidad de decidir» [EPL, 43].

Para integrarse a la sociedad, el hombre debe «usar cada vez más las funciones intelectuales y cada vez menos las funciones puramente instintivas y emotivas» [EPL, 44].

El hombre masificado tiende al gregarismo, que implica un «miedo a la soledad, que puede extenderse a equivaler a un miedo a la libertad, en la yuxtaposición de individuos que carecen de un vínculo crítico y centrado en el amor» [EPL, 45].

Por consiguiente, para desarrollar un sistema[3] capaz de estimular el uso de las «funciones intelectuales» del hombre, Freire piensa en una *Pedagogía de la comunicación* como algo que podría establecer un "diálogo" y proporcionar un «nuevo contenido programático a la educación». La clave de este sistema no estaría en la "alfabetización" en sí misma, sino en superar antes la interpretación mágica o ingenua del mundo, en desarrollar una comprensión crítica [EPL, 106/108].

La formulación de esta pedagogía se asienta en el concepto antropológico de cultura, en el que la comunicación desempeña un papel fundamental.[4] Como señaló Jarbas Maciel, quien fuera colaboradora del maestro de Pernambuco: «La categoría fundamental en la que está inmerso el Sistema de Educación Paulo Freire es la categoría sociológica y antropocultural de la comunicación». Al describir el concepto antropológico de cultura tal como lo esboza Freire, Maciel sostiene que el tema central es esa idea inicial: «El hombre es un ser de relaciones». Y explica:

> Ahora bien, el hombre es un ser de relaciones. Ante la naturaleza, a la que conoce, el hombre se sitúa ante otros hombres con los que se comunica. Sin embargo, el hombre no sólo conoce a la naturaleza sino que reacciona ante ella, dialécticamente, transformándola, conquistándola por medio del trabajo. Es ahí que surge la esfera de la cultura [...] A su vez, la esfera de la cultura reacciona dialécticamente a la conciencia mediante el trabajo, expandiéndola, desafiándola, estimulándola, moviéndola e instrumentalizándola, desarrollando así dentro del hombre su segundo sistema de señalización. Es por medio del trabajo que el hombre afina y perfecciona su comprensión. Solo, el hombre hasta ahora no estaría haciendo cultura. Ante otros hombres con los que está en relación, el hombre comunica la transformación a la que dio lugar en la naturaleza, y es sólo entonces, a partir de ese momento, que hace cultura, por decirlo de algún modo. Sin comunicación entre los seres humanos no puede haber cultura. La comunicación es el aliento que da vida a la cultura.

En esta línea de interpretación, Maciel añade que se debe distinguir el conocimiento objetivo del conocimiento subjetivo. Y esta distinción se efectúa mediante el desencadenamiento de un proceso de comunicación.

> En aislamiento ante la realidad objetiva y ante otros hombres, el hombre sabe: este conocimiento es subjetivo. Al comunicar este conocimiento, que es también una forma de transformar la naturaleza —esto es, la naturaleza que se vuelve sobre sí misma por medio de la conciencia— el hombre emprende la educación. El conocimiento después de la comunicación se convierte en conocimiento objetivo y es

Beltrán, Luis Ramiro (1979). El artículo, originalmente en inglés, fue solicitado por la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación de la UNESCO. Reproducción autorizada por el autor.

también cultura. El conocimiento subjetivo, típico de la actitud del hombre aislado ante la realidad exterior, no es verdaderamente cultura, porque la comunicación con otros seres humanos no ha tenido lugar aún. Transferir el conocimiento objetivo de un hombre a otro, en el tiempo, de generación en generación, es emprender la educación.[5]

Sobre la base de esta noción, Freire presenta su propuesta de un nuevo contenido para la educación, que entraña antes que nada comprender los límites entre los mundos de la naturaleza y la cultura.

> Necesitábamos una pedagogía de la comunicación con la que pudiéramos vencer el disgusto acrítico del antidiálogo. Pero hay más. Todo el que entabla un diálogo lo hace con alguien, acerca de algo. Éste debía ser el nuevo contenido programático de la educación que exigiríamos. Y nos pareció que este primer aspecto de este nuevo contenido con el que ayudaríamos al analfabeto, incluso antes de comenzar con su alfabetización, a superar la interpretación mágica por ingenua y a desarrollar cada vez más su capacidad crítica, sería el concepto antropológico de cultura. La distinción entre dos mundos: el de la naturaleza y el de la cultura. El papel activo del hombre en y con su realidad. El sentido de la naturaleza de la mediación de las relaciones y las comunicaciones entre los hombres. Cultura como los aportes del hombre a un mundo que él no hizo. Cultura como el resultado de su trabajo; de su esfuerzo de creación y recreación. El sentido trascendente de sus relaciones. La dimensión humana de la cultura. La cultura como una adquisición sistemática de experiencia humana. Como incorporación, una que es por lo tanto crítica y creativa y no una yuxtaposición de informes y recomendaciones "donados". La democratización de la cultura: una dimensión de la democratización fundamental. Aprender a escribir y leer como una llave con la que el mundo analfabeto inicia su propia introducción al mundo de la comunicación escrita. El hombre, por fin, en el mundo y con el mundo. Su papel como sujeto y no simple y puramente como objeto. De ahí en adelante, el mundo analfabeto comenzaría a cambiar sus actitudes anteriores. Se descubriría a sí mismo, críticamente, como hacedor de este mundo de la cultura [EPL, 108/109].

2. Una pedagogía enraizada en el mundo del hombre brasileño

La pedagogía de Freire es producto de su reflexión sobre la sociedad brasileña, de su preocupación por nuestra inexperiencia democrática y, por consiguiente, de nuestra incomunicación; lo que él denomina el «mutismo» del brasileño.

Para comprender el proceso de transición que representa el momento histórico actual del país, es indispensable, según Freire, analizar su pasado y las características que hicieron de la sociedad brasileña una «sociedad cerrada»: colonial, esclavocrática, sin un pueblo, reflexiva, antidemocrática. Y en este marco identificar nuestra «inexperiencia democrática».

Citando a de Tocqueville, Freire afirma que toda experiencia democrática deviene viable como el trabajo de una sociedad y por las propias manos de su pueblo, es decir, con la participación de su pueblo. La esencia democrática reside en la participación del pueblo, en su poder de decisión o de elección.

En Brasil nunca hemos experimentado el "autogobierno". Durante la época colonial, teníamos un gobierno impuesto por la metrópoli. Como país independiente, las élites nacionales forjaron el gobierno, uno similar al de la metrópoli.

La inexperiencia democrática resulta de la inexperiencia en la comunicación, entre otros factores. «Brasil nació y creció sin experiencia en el diálogo. Con la cabeza baja, con temor a la Corona. Sin prensa. Sin relaciones. Sin escuelas. Sin habla auténtica» [EPL, 66]. Freire señala este fenómeno de la incomunicación colonial como algo que era objeto de los sermones del propio Vieira.

Es así que una de las características de la vida nacional es el mutismo.

> Las sociedades a las que se niega el diálogo —la comunicación— y en su lugar se les ofrece comunicados, resultantes de la compulsión o la donación, devienen preponderantemente mudas. El mutismo no es exactamente la ausencia de respuesta. Es una respuesta que carece de un contenido marcadamente crítico [EPL, 69].

Freire advierte contra el error posible de confundir el ablandamiento de las relaciones con la comunicación y el diálogo auténticos. «Incluso cuando las relaciones entre amos y esclavos, entre nobles y plebeyos, se ablandan de alguna manera, no hay diálogo bajo el control estricto. Hay paternalismo».

Por eso, su conclusión es categórica: «Entre nosotros [...] lo que predominó fue el mutismo del hombre. Su falta de participación en la solución de problemas comunes. De hecho, carecimos [...] de experiencia comunitaria» [EPL, 70].

Esta incomunicación social fue agravada por la incomunicación espacial. La sociedad brasileña se constituyó como un archipiélago de islas separadas cultural y económicamente.

> Fue así que vivimos todo nuestro periodo de vida colonial. Constantemente presionados. Casi siempre prohibidos de hablar. La única voz que se escuchaba, en el silencio al que estuvimos sometidos, era la que provenía del púlpito. Las restricciones sobre nuestras relaciones, incluso las internas, eran sumamente drásticas. Relaciones que sin lugar a dudas habrían abierto otras posibilidades de intercambios indispensables de experiencia con los que los grupos humanos se perfeccionan y crecen. Relaciones que conducen a los grupos humanos por la observación mutua, a corregirse y a seguir ejemplos. Sólo el aislamiento impuesto sobre la Colonia, cerrada sobre sí misma y obligada a satisfacer las necesidades e intereses cada vez más voraces de la Metrópoli, revelaron claramente la verticalidad e impermeabilidad antidemocrática de la Corte *[EPL, 74/75].*

3. La cultura del silencio, un fenómeno común entre los pueblos colonizados

A partir de su reflexión sobre el problema de la incomunicación, Freire se sitúa clara y naturalmente en el marco de la dominación específica del colonialismo. Pero en su primer libro, que concluyó en el exilio pero que estructuró mientras todavía vivía y trabajaba en Brasil, se observa cierto reduccionismo del fenómeno al medio nacional. El horizonte se amplía en trabajos posteriores, en los que demuestra una comprensión más universal a la que la dura e intensa experiencia del exilio y el contacto directo con la problemática neocolonial contribuyeron de manera crucial.

Es así que la expresión «mutismo del brasileño» da paso, en el análisis de Freire, al desarrollo del término «cultura del silencio». La «cultura del silencio», que impone y reproduce la opresión, es una característica de todos los pueblos colonizados y tiene sus raíces en la práctica secular de la incomunicación.

> Este tipo de cultura es una expresión superestructural que condiciona una forma especial de conciencia. La cultura del silencio sobredetermina la infraestructura de la que emana [...] No se puede comprender la cultura del silencio sin concebirla como una totalidad que forma parte de un todo mayor [...] Es verdad que la infraestructura, creada en la relación por la cual el hombre transforma el mundo, da lugar a la superestructura. Pero también es verdad que esta última, mediada por hombres que asimilan sus mitos, se vuelve hacia la infraestructura y la sobredetermina [...] De ahí el dualismo de una sociedad dependiente, su ambigüedad, su ser y no ser ella misma [...] La sociedad dependiente es por definición una sociedad silente. Su voz no es una voz auténtica, sino solamente el eco de la voz de la metrópoli [CTPL, 63/65].

No es difícil establecer una conclusión inmediata: los colonizados son silentes, carecen de voz propia, hablan por medio del discurso del opresor.

1979

Hacia una teoría de la comunicación y el cambio social

Göran Hedebro

Extracto de *Comunicación y cambio social en las naciones en desarrollo: una visión crítica*

La idea básica es que si ocurre un cambio en, digamos, la relación legal entre el terrateniente y los arrendatarios —por ejemplo, se promulga una ley que aumenta los derechos del campesino— esto se debe hacer público, por lo menos entre quienes se vean afectados. Es muy probable que el terrateniente se entere, pero no así que llegue a conocimiento de los campesinos. Se les debe llevar la información que explique e interprete las disposiciones de esa ley. Ése es el significado del papel complementario de la comunicación.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha abordado esta función particular de la comunicación, que ha recibido la denominación de "comunicación de apoyo al desarrollo". Se refiere al uso de la comunicación en los proyectos de asistencia para explicar los objetivos del proyecto a las personas que se verán afectadas por el mismo, con la esperanza de que esto mejore las probabilidades de éxito de dichos programas. El concepto está bien fundamentado, pero ya que en la práctica significa sólo información de las autoridades a la población, las mejoras que puede generar son muy limitadas. Viene a ser una extensión del enfoque predominante "de arriba hacia abajo" del desarrollo, y da poca oportunidad a las personas de idear ellas mismas proyectos apropiados.

En un sentido más general, sin embargo, la función complementaria es sumamente importante, incluso en su forma negativa. Considérese la situación hipotética de que el gobierno esté tratando de mejorar las condiciones materiales de los pobres, a la vez que se propone una campaña contra esas medidas en los medios masivos de propiedad privada. Aquí no tenemos "comunicación de apoyo" sino un caso de comunicación complementaria hostil. Los antecedentes señalan que los intereses creados detrás de tales campañas hostiles en los medios pueden tener suficiente influencia como para llevar a que se archiven proyectos de ley o se bloquee la implementación de la legislación correspondiente.

Resumen y conclusiones

En resumen, queremos poner el acento en los siguientes ingredientes básicos de una teoría de la comunicación y el cambio social:

- La comunicación es básica para toda la vida humana; es un prerrequisito necesario. El hombre adquiere su identidad al relacionarse con los demás a través del intercambio de mensajes y significados.
- La comunicación es indispensable para todas las formas de cambio social, pero no es el principal impulsor, como sí lo son las condiciones históricas, económicas y políticas.
- La comunicación tiene una influencia general en la dirección que toma el desarrollo social a través de su función de productor de ideología. Esto marca los límites dentro de los cuales es posible el cambio. Los grupos que controlan los medios ejercen una influencia decisiva en el proceso de cambio.
- Las actividades de comunicación jamás pueden actuar como sustitutos de los cambios estructurales. Sólo cuando el verdadero problema consiste en difundir un conocimiento o un mensaje en particular, es dable usar los medios masivos y los demás canales de comunicación.
- La comunicación, en su función didáctica fuera de la escuela, es un tipo de educación informal. Cuando sólo se usan los medios masivos, los efectos son relativamente pequeños. Cuando también se integran los contactos personales, las probabilidades mejoran. Los medios se deben ver como un *potencial* que, si se usa debidamente, puede tener como resultado el aprendizaje de habilidades e ideas específicas. Pero una enseñanza bien llevada a cabo no garantiza una mejora del nivel de vida. La filosofía de desarrollo global determina cuáles serán los beneficios sociales para la sociedad en su conjunto.
- La comunicación puede servir de complemento para otros cambios. A menudo, esta función puede determinar el resultado total del programa o la medida.

Estos puntos se refieren a la visión global de la comunicación y el cambio social.

Hedebro, Göran (1979). "Communication and Social Change in Developing Nations: A Critical View" en *Studies in Economic Psychology,* 110. Stockholm, School of Economics. Reproducción autorizada por el autor y la editorial.

1970

Es por ello que Freire no vacila en afirmar que su pedagogía es también una «pedagogía del oprimido». Su punto de partida para la fundamentación teórica de la pedagogía del oprimido es el desafío impresionante que los hombres enfrentan hoy en día. Este desafío implica que «los hombres se proponen a sí mismos como problema», descubren lo poco que saben de sí mismos y comienzan a preocuparse de saber más. Preguntan, responden «y sus respuestas los llevan a nuevas preguntas» [PO, 29].

Es así que el problema de la comunicación es inevitablemente parte central del libro *Pedagogía del oprimido*: el hombre que descubre su propia humanidad al comunicarse con la naturaleza, consigo mismo y con otros hombres. Conocerse, en esta contextualización, significa descubrirse como oprimido.

La pedagogía del oprimido forma parte de la lucha del hombre por su propia humanización. Por ello, es una pedagogía que se forja con el hombre y no para el hombre. Es una pedagogía que «se hará y rehará a sí misma» [PO, 32].

Freire vuelve más explícita la naturaleza de su pedagogía de la comunicación: al implicar una comunión entre educador y educando, se presenta como una pedagogía abierta, en constante reformulación. Cuanto más intensa la comunicación, más rica la interacción de los participantes.

Es también una pedagogía liberadora. Por medio de la comunicación, conduce a la libertad. «La libertad se consigue conquistándola, no por un regalo. Debe buscarse constantemente [...] Es, más bien, la condición indispensable para la búsqueda en que estamos inscritos los hombres como seres inconclusos» [PO, 35].

La comunicación y la libertad son fenómenos concomitantes y no dicotómicos. La comunicación se produce automáticamente sólo con libertad. A su vez, la libertad se conquista únicamente con la comunicación.

Con frecuencia, «tocados por el miedo a la libertad», los hombres evitan la comunicación. Prefieren el gregarismo a la convivencia auténtica. Prefieren la adaptación a la comunión creativa.

¿Qué es esto, sino el síndrome de la opresión? Es una situación específica del hombre sometido a la injusticia, especialmente en su discurso. El oprimido es alguien que no se comunica. Recibe comunicados. La mayor opresión es quizá su silencio, porque cuando habla, lo hace para reproducir el discurso de su opresor.

Sin embargo, una situación de opresión no desaparece con el reconocimiento de la misma. Un requisito radical identificado por Freire es la «transformación de la situación específica que ocasiona la opresión» [PO, 38]. Es así que la pedagogía del oprimido es también una pedagogía de la praxis. «La praxis es la reflexión y la acción del hombre sobre el mundo para transformarlo» [PO, 40].

Por consiguiente, se trata de una praxis comunicativa: actuando y pensando sobre el mundo, con otros hombres, es como se disciernen los caminos hacia la transformación. «En el pensamiento dialéctico, el mundo y la acción están en estrecha interdependencia. Pero la acción es humana únicamente cuando no es una simple ocupación sino también preocupación, es decir, cuando no está dicotomizada de la reflexión» [PO, 42].

Este punto focal del libro *Pedagogía del oprimido* «no consiste solamente en explicarles a las masas, sino en entablar con ellas un diálogo acerca de sus acciones». Ello significa que su función principal es quebrar y derribar la «cultura del silencio».

4. La «cultura del silencio» se reproduce por medio de la «educación bancaria», que es antidialógica

En la medida en que la «cultura del silencio» es el «eco de la voz de la metrópoli», se reproduce no

sólo por medio del mutismo, sino especialmente por medio del proceso de información implícito en la educación actual, que Freire denomina «educación bancaria».

En la educación bancaria no hay lugar para la comunicación, porque las relaciones entre educador y educando son básicamente narrativas y formales.

Esto significa que el educador (narrador) es el sujeto y los educandos son objetos pacientes que escuchan. La narración comprende «algo totalmente ajeno a la experiencia de los educandos» o presenta «la realidad como si fuera inmóvil, estática, compartimentalizada y predecible» [PO, 65]. Así, las palabras «son vaciadas de su concreción», se vuelven huecas. Y, por lo tanto, conduce a los educandos a la memorización mecánica del contenido narrado.

En el concepto bancario de la educación, el educador, en vez de comunicar, deposita contenidos preestablecidos en el educando. La educación se convierte en el acto de depositar, de transmitir valores y conocimiento.

La educación bancaria tiene lugar en una «cultura del silencio», es decir, de incomunicación. ¿Por qué? Porque los intereses de los opresores radican en «cambiar la conciencia del oprimido, no la situación que los oprime, porque mientras más se pueda conducir a los oprimidos a adaptarse a esa situación, más fácil será dominarlos» [PO, 69].

Afirmando que la «educación bancaria» representa una de las manifestaciones instrumentales de la «ideología de la opresión» —constituyéndose así en antidiálogo— Freire formula el siguiente perfil:

a) el educador es el que educa; los educandos, los que son educados;
b) el educador es el que sabe; los educandos, los que no saben;
c) el educador es el que piensa; los educandos, los pensados;
d) el educador es el que dice la palabra; los educandos, los que la escuchan diariamente;
e) el educador es el que disciplina; los educandos, los disciplinados;
f) el educador es el que opta y prescribe su opción; los educandos los que siguen la prescripción;
g) el educador es el que actúa; los educandos, los que tienen la ilusión de que actúan, en la actuación del educador;
h) el educador escoge el contenido programático; los educandos, jamás escuchados en esta elección, se acomodan a ella;
i) el educador identifica la autoridad del saber con su autoridad funcional, que opone antagónicamente a la libertad de los educandos; estos deben adaptarse a las determinaciones de aquél;
j) el educador, finalmente, es el sujeto del proceso; los educandos, meros objetos [PO, 67/68].

Freire se lamenta:

> Necesitábamos una pedagogía de la comunicación para vencer el disgusto inherente al antidiálogo. Lamentablemente, por varios motivos, esta postura —antidialógica— ha sido la más común en América Latina. La educación que mata no sólo el poder creador del educando sino también la del educador, en cuanto este último se transforma en alguien que impone o, en el mejor de los casos, en un proveedor de fórmulas y comunicados que los educandos reciben pasivamente. Quien impone no crea, como tampoco crean los que reciben; ambos se atrofian, y la educación deja de ser educación [EM, 69].

5. La pedagogía de la comunicación como una educación problematizadora

Plenamente consciente de que la «educación refleja la estructura del poder» y reconociendo que la educación bancaria es el instrumento de poder de los opresores, Freire se pregunta si será posible practicar la educación centrada en el diálogo en una sociedad donde el poder rechaza el diálogo. Reconociendo la dificultad de una acción de esta índole, sugiere que «no obstante, se puede hacer algo fundamental: dialogar acerca de la propia negación del diálogo» [PO, 71]. Dicho de otro modo: el requisito básico para establecer una pedagogía de la comunicación es solucionar la «contradicción educador-educando». Superarla conlleva la «educación problematizadora» que «niega los comunicados y da lugar a la comunicación» [PO, 77].

El educando y el educador dejarían de cumplir funciones rígidas y desempeñarían simultáneamente ambos papeles. «El educador deja de ser simplemente el-que-enseña y pasa a ser alguien que aprende en el diálogo con sus educandos quienes, a su vez, cuando se les enseña, también enseñan. Devienen conjuntamente responsables por un proceso en el que todos crecen» [PO, 78]. En resumen, «las personas enseñan unas a otras, mediadas por el mundo» [PO, 79], porque «el pensamiento del educador es autenticado únicamente por la autenticidad del pensamiento de los educandos, ambos mediados por la realidad y, por consiguiente, en la intercomunicación» [PO, 73].

¿Pero en qué consistiría la problematización? La respuesta está, según Freire, en la identificación de aquellas situaciones límite que se encuentran en el meollo de las contradicciones de la sociedad y que muchas veces hacen parecer a los hombres «barreras insuperables». La problematización es, así, el acto de convertir las «situaciones límite» en contenido de la comunicación educacional, en aquel «nuevo contenido de la educación». Para su identificación se vuelve imperioso el diálogo entre educador-educando y, más aún, aquella «conversación informal» que debe percibir el desencadenamiento del propio acto educativo, pues la «conciencia dominada» no tiene el sentido de la totalidad que debe marcar la comprensión de las situaciones límite para superarlas. Casi siempre, los dominados sólo aprenden de ellas sus manifiestaciones periféricas.

El objetivo de la educación problematizadora es agilitar el tránsito de la «conciencia real» a la «conciencia posible» [PO, 126].

Cultura oral y literaria

1979

Jesús Martín Barbero

Extracto de *Lo popular y lo masivo*

Una historia de lo popular exigiría en primer lugar trabajar un movimiento dialéctico. Una afirmación de lo popular y una negación de lo popular. En primer lugar, tendríamos que ubicarnos en una oposición de tipo antropológico entre una cultura popular conformada por elementos orales y visuales: me refiero en cuanto a cultura oral, y a los refranes, a los proverbios, al cuento popular, a las canciones en donde se guarda y se condensa toda una memoria de ubicar ese mapa, que se caracterizaría por ser sarcástica, por ser burlona, por exagerar y por no tener autor. Y frente a esa cultura oral-visual aparece la cultura literaria, es decir la cultura escrita, la cultura de la elite, una cultura que se caracterizaría más bien por el refinamiento, por la mesura, por el control y por estar firmada siempre por un autor. Esa oposición entre una cultura oral-visual y una cultura escrita, literaria, se disuelve y comienza a aparecer en forma de fusión a finales del siglo XVIII y mediados del XIX. Lo hace primero en el folletín, en el que empiezan a converger la cultura oral que viene y que se ha materializado en los relatos buhoneros, en la novela gótica inglesa, y la aparición literaria de la gran novela burguesa. Vamos a encontrar cómo el folletín presenta un intercambio apasionante entre la temática popular y las formas de la novela burguesa, y el nacimiento de la problemática de los géneros populares e incluso de lo que van a ser después nuestras seriales de radio y televisión. A esa primera fusión del siglo XIX entre cultura oral y cultura literaria le va a suceder la fusión que conocemos nosotros hoy entre la cultura oral y literaria con la cultura visual popular a través, sobre todo, del cine, de los *comics*, de las fotonovelas y de las teleseries. Repito que este mapa no busca un espacio de origen noble para la cultura masiva, sino seguirle la pista a la materialización histórica de unos procesos que son económicos, que son políticos, pero que son también culturales.

Martín Barbero, Jesús (1979). "Lo popular y lo masivo" en *Cuadernos de Comunicación* N° 62, México. Reproducción autorizada por el autor.

6. La búsqueda de una comunicación popular

La estrategia utilizada para lograr esa transformación (de la conciencia real a la conciencia posible) se basa en el proceso de captar las situaciones limitantes que, al ser convertidas en códigos visuales y verbales, pueden motivar a los educandos a superar las fuerzas inhibitorias que con frecuencia conducen a una negación de la realidad concreta.

Para este fin, un proceso constante de comunicación es esencial, para que el educador pueda aprehender su realidad para codificarla debidamente y a continuación presentar una «relectura» del mundo en el que viven los educandos.

En esto no interviene únicamente el universo léxico, sino la búsqueda de un nuevo contenido que se incorporará al proceso educativo. Para Freire, esta búsqueda inicial es la «decodificación» de la realidad viva por parte del educador con la participación decisiva de los educandos. No es más que un intento por recuperar la «comunicación popular» para hacer a partir de ella los signos comunes entre el educador y el educando.

La etapa siguiente, después de «reducir» el tema de estudio, es la de «codificación» del contenido educativo, es decir, la de «escoger el mejor canal de comunicación», lo que depende «no sólo del material que se debe codificar sino también de los individuos a quienes se dirige».

Freire sugiere múltiples canales visuales, pictóricos, gráficos, auditivos y cinéticos.

> Al elaborar este material, el equipo puede proponer algunos temas o aspectos de temas, y siempre que y cuando sea posible, utilizando grabadoras, ofrecerlos a especialistas como temas de entrevistas que serán llevadas a cabo con uno de los miembros del equipo [...] Algunos temas o núcleos pueden presentarse por medio de dramatizaciones breves que no contengan ninguna respuesta, sino nada más que el tema. La dramatización funcionaría como codificación, como una situación que plantea un problema que se debe abordar. Otro recurso dialéctico dentro de una visión problematizadora de la educación [...] sería la lectura y debate de artículos de revistas, periódicos y capítulos de libros [PO, 138/139].

7. ¿Pueden los *medios masivos* contribuir a la educación problematizadora?

Al analizar el proceso de desarrollo de la sociedad brasileña, Freire consideró específicamente el papel de los medios de comunicación de masas en su conversión de una «sociedad cerrada» a una «sociedad abierta».

De una parte, llama la atención hacia la función «masificadora» de estos vehículos, que contribuyen a alienar a los ciudadanos estimulándolos a adoptar una actitud acrítica hacia la vida. «Excluidos del ámbito de la toma de decisiones, cada vez más restringido a minorías pequeñas, los ciudadanos están controlados a tal punto por los medios de difusión que no confían ni creen en nada si no lo han escuchado en la radio o la televisión, o leído en los diarios» [EPL, 90/91].

Freire reconoce también que dichos vehículos, en la situación que atravesaba Brasil antes de 1964, cuando las condiciones fueron propicias para una transición democrática en la vida política del país, fueron también portadores de «influencias» que irradiaban desde centros grandes y medianos a centros más pequeños y atrasados [EPL, 91].

Ciertamente, es por ello que Freire recomienda el uso de mensajes divulgados por los medios de comunicación de masas como recursos adicionales en el proceso de educación popular. Afirma:

> Parece indispensable analizar el contenido de los editoriales de los diarios luego de un suceso determinado: "¿Por qué los diversos diarios expresan opiniones diversas sobre un mismo suceso?" A continuación, se debe dejar que las personas desarrollen un sentido crítico, de modo que puedan reaccionar a los diarios que lean y a los noticieros que escuchen por la radio no como objetos pasivos de estos "comunicados" que les dictan, sino como una conciencia que busca ser libre [PO, 139].

8. La oposición entre comunicación y propaganda

Una característica bastante peculiar de Freire es la constante explicitación o hasta reelaboración de su pensamiento. En la medida en que sus ideas y propuestas toman siempre a la comunicación como elemento fundamental, Freire procura una redundancia conceptual que con frecuencia resulta importante para entender lo que verdaderamente está tratando de decir.

Es así que al proponer la práctica de la comunicación como un medio para superar la «cultura del silencio» y la «educación bancaria», Freire no quiere solamente evitar que la comunicación se comprenda por el mero hecho de ser comunicación (un diálogo despojado de su contenido liberador, la problematización, la presencia de las contradicciones de la sociedad representada por situaciones limitantes), sino también, entendiéndose la comunicación como un acto revolucionario, evitar que se la confunda con la propaganda tal como ésta ha sido utilizada por los movimientos populistas.

Según Freire, la propaganda es un instrumento de dominación, de domesticación, y su marco ideológico es el adoctrinamiento de los hombres para acomodarlos al mundo de la opresión. Es por ello que Freire no ve con buenos ojos que los revolucionarios utilicen los métodos y los lemas de la propaganda, que corresponden, en un nivel superior, al concepto de educación bancaria. Freire llega incluso a sugerir que si una sociedad revolucionaria continúa con la propaganda, es porque está equivocada o ha dejado de confiar y creer en los hombres.

Al explicar su concepto de la comunicación verdaderamente revolucionaria, Freire hace una «lectura» de los discursos leninistas sobre las relaciones entre la teoría revolucionaria y el movimiento revolucionario. Sugiere cómo podría ser posible que la comunicación de la teoría revolucionaria a un pueblo oprimido se centre en el diálogo y sea, por lo tanto, más eficaz.

> Una revolución no se logra con el verbalismo ni con el activismo sino con la praxis, es decir, con la reflexión y la acción dirigidas a las estructuras que se desea transformar. El esfuerzo revolucionario por transformar radicalmente estas estructuras no puede

Procesos y productos

1979

Extracto de *Lo popular y lo masivo*

Jesús Martín Barbero

Necesitamos romper con el esquema cibernético del emisor, el mensaje, el receptor, etc. Romper radicalmente porque ese esquema no nos permite en absoluto pensar la dominación ni nos permite pensar la lectura que los dominados están haciendo de los mensajes de los medios de comunicación. Esa ruptura implica un doble desplazamiento. Por una parte, la necesidad de ubicar históricamente los procesos y los productos de la cultura masiva, y en segundo lugar la de contextualizar esos procesos y esos productos en relación con las otras esferas y con los otros ámbitos en que se produce la cultura hoy. En cuanto a su ubicación histórica, se trata de romper con el idealismo que nos hace creer que son los comerciantes los responsables de la bazofia cultural que nos envuelve, o que el "sistema" es esa especie de monstruo al que podemos cargar todo lo que no va o todo lo que nos parece que no va.

Martín Barbero, Jesús (1979). Extracto de "Lo popular y lo masivo" en *Cuadernos de Comunicación* N° 62, México. Reproducción autorizada por el autor.

designar a sus dirigentes como sus pensadores y a los oprimidos como simples hacedores [...] Los dirigentes que niegan la praxis a los oprimidos invalidan con ello su propia praxis. Tienden, de esta forma, a imponer su palabra sobre la de ellos, volviéndola, así, en una palabra falsa, de carácter dominador [PO, 146].

Freire concluye categóricamente que:

> El diálogo con el pueblo es radicalmente necesario para toda revolución auténtica. Es lo que la convierte en una revolución. Cuanto antes se inicie el diálogo, más verdaderamente revolucionario será el movimiento. El diálogo que es radicalmente necesario para la revolución corresponde a otra necesidad radical: la de mujeres y hombres que no pueden ser verdaderamente humanos separados de la comunicación, porque son en esencia criaturas comunicativas. Impedir la comunicación es reducir a los hombres a la condición de "cosas"; y éste es un trabajo de opresores, no de revolucionarios [PO, 149].

9. La extensión rural como una forma de manipulación e invasión cultural

Del mismo modo en que la dominación existe en la relación vertical entre la dirigencia revolucionaria y el pueblo, existe manipulación e invasión cultural en el actuar de los técnicos que pretenden brindar a los trabajadores conocimientos que pueden mejorar su actividad productiva.

Freire aborda este tema de manera específica, considerando el problema de la modernización agrícola de Chile como parte de un proceso de reforma agraria iniciado por el gobierno de Frei.

Los técnicos agrícolas encargados de divulgar procesos para agilizar la actividad agraria reevaluaron el método utilizado hasta ese momento, que consistía en un conjunto de técnicas que se originaron en los Estados Unidos conocidas como extensión rural. Invitado a colaborar en este cambio de la acción con el objeto de transformar la agricultura chilena, Freire reflexionó acerca de la extensión rural a partir de las premisas ya mencionadas respecto de la propaganda y, llevándolas más lejos, vinculándolas con el conjunto de técnicas de manipulación del comportamiento.[6]

Esa reflexión de Freire es esencial para comprender su concepto de comunicación. «La comunicación implica una reciprocidad que no se puede romper». Es así que «no existen los sujetos pasivos en la comunicación» [EC, 66/67].

Dos culturas

1979

Extracto de *Lo popular y lo masivo*

Jesús Martín Barbero

Dicho de otro modo, la burguesía se va a ver obligada, si quiere producir una cultura, a producir dos culturas: una cultura para sí misma y una cultura para la clase popular. Mientras la cultura que produce para sí misma es una cultura en la que el sujeto individuo focaliza las transformaciones históricas —como los sujetos de las grandes novelas burguesas de Balzac a Flaubert—, la cultura popular hablará y estará centrada no en el individuo como sujeto transformador de la historia, sino en una colectividad que sufre el destino de lo social o, mejor, que sufre lo social como un destino, que padece el orden social como un destino. Vamos a ver que esta hipótesis de Del Grosso permite comprender de una manera realmente profunda el modo como se elaboran los textos populares del siglo XIX. Hay que ubicar este proceso en esos finales del siglo XVIII, comienzos del XIX, en que la burguesía, tomado el poder económico, puede comenzar a producir eso que se llama ideología, una ideología como modo de aprehensión de lo real y como forma de interpretación de eso real.

Hay un segundo elemento que quiero dejar sentado: esa nueva cultura popular se va a caracterizar por un intercambio muy extraño y muy nuevo entre lo real y lo imaginario. En un intercambio entre lo que podríamos llamar la esfera de la información y la esfera de la ficción, en una imposibilidad de separar lo uno de lo otro.

Martín Barbero, Jesús (1979). "Lo popular y lo masivo" en Cuadernos de Comunicación N° 62, México. Reproducción autorizada por el autor.

Por consiguiente, lo que caracteriza a la comunicación es el diálogo. La relación entre diálogo y comunicación implica un acuerdo entre los sujetos respecto de los signos, es decir, un acuerdo acerca de la dimensión dual del signo, el significante y el significado, mediado por la referencia (objeto).

Ahora bien, para que este acuerdo se sostenga, se hace indispensable una articulación permanente entre los sujetos en comunicación, de modo que el contenido de la comunicación pueda ser comprendido.

En una situación típica de comunicación entre un agrónomo y un agricultor, vemos que el recurso principal que se usa es la exposición. Freire demuestra que la exposición es un recurso inadecuado para la comunicación, porque es un monólogo. Se trata de un instrumento de extensión; transferencia de conocimientos. Freire recomienda el diálogo problematizado como un recurso más apropiado que permite reducir la distancia entre la expresión significante del técnico y la percepción que el campesino tiene del significado. Esto resultaría en la admiración del conocimiento (comunicación), promoviendo la coparticipación en el acto de comprender la significación del significado, lo que constituiría una actitud crítica.

Esta búsqueda de la significación no se limita únicamente a los mundos objetivo (real, palpable) y subjetivo (mental, es decir, el de las convicciones). La comunicación será completa únicamente si los interlocutores pueden estar de acuerdo en la comprensión del significado del objeto y la reconstitución de las convicciones que guían el proceso de comprenderse mutuamente.

Dicho de otro modo, el proceso de la comunicación humana no puede ser inmune a los condicionamientos socioculturales. Puedo lograr una comunicación completa únicamente en la medida en que yo sea capaz de ponerme empáticamente frente a los condicionamientos socioculturales de mi interlocutor y viceversa.

Si «la educación es comunicación, es diálogo, en la medida que no sea transferencia de conocimientos»

El discurso alternativo

1978

Extracto de *Lo popular y lo masivo*

Jesús Martín Barbero

Lo popular está mezclado a lo masivo, confundido con ello, atrapado en sus formas y expresándose a través de ello. Pongo una vez más como ejemplo las mujeres y los hombres que a mi lado, viendo la ley del monte, lloraron del principio al fin la película. Algo había allí que era capaz de emocionar hasta las lágrimas a gente que no es retrasada mental, sino simplemente gente que vive otra cultura, otra experiencia distinta de la decodificación ideológica y semiológica que yo estaba haciendo de esa película. En estos días me llegó un libro que recoge las ponencias de un Congreso sobre procesos alternativos de comunicación, un Congreso que se celebró en Barcelona en 1978, en el que se hicieron presentes desde palestinos de la OLP hasta simpatizantes de las Brigadas Rojas, pasando por otras experiencias de tipo alternativo; y uno de los ponentes afirmó lo siguiente:

> «Lo popular se instituye en piedra angular de todo el discurso alternativo; lo alternativo o es popular o se degrada en juguete y en máquina de dominio, y popular quiere decir que hace posible las aspiraciones y expectativas colectivas, por y desde los grupos sociales de base, tanto mayoritarios como minoritarios, y pensando en todos los movimientos que, en este momento, definen, por ejemplo, los grupos de homosexuales; estoy pensando en los movimientos de toma del poder en los hospitales por los enfermos; estoy pensando en todos los movimientos de presos que, Uds. verán en la prensa, se toman las prisiones, etc.».

Las alternativas populares en la comunicación no se libran de la contradicción fundamental de lo social, o sea de la que se produce entre el derecho de los más a dirigir y el de los menos a participar entre pluralismo y eficacia, entre espontaneidad y organización.

Martín Barbero, Jesús (1979). "Lo popular y lo masivo" en *Cuadernos de Comunicación* N° 62, México. Reproducción autorizada por el autor.

[EC, 69], es natural que Freire niegue a la extensión rural «las connotaciones de un pensamiento verdaderamente educativo que se encuentran en el concepto de comunicación» [EC, 74]. Freire tampoco vacila en denunciar: «la tendencia del extensionismo es caer con facilidad en el uso de las técnicas de la propaganda y la persuasión» y, por lo tanto, dar lugar a «actos de invasión cultural y manipulación». Freire explica que los técnicos de extensión rural, «en cuanto encuentran dificultad en su intento de comunicarse con los campesinos, no se dan cuenta de que las causas de estas dificultades son, entre otras: que el proceso de la comunicación humana no puede ser inmune a los condicionamientos socioculturales. De modo, pues, que en lugar de tomar en cuenta esta verdad y reflexionar acerca de los condicionamientos socioculturales de los campesinos, que no son los suyos, simplifican el asunto y concluyen que los campesinos no tienen capacidad de diálogo» [EC, 72/73].

De este modo, según Freire hay una gran diferencia entre la extensión rural y la comunicación. En la extensión, alguien se presenta ante otro o ante la comunidad como un simple emisor de comunicados, a moldear su comportamiento. Sin embargo, en la comunicación predomina una actitud humanista que rechaza toda forma de manipulación y busca lograr la comprensión de los objetos a los que se dirige la relación comunicativa, y establecer un entendimiento. Esta actitud se asienta sobre la «convicción de que los hombres pueden hacer y rehacer las cosas; que pueden transformar el mundo» [EC, 74].

10. Fundamentos del concepto de comunicación de Paulo Freire

[...] Cuando Freire desarrolló originalmente el concepto de comunicación y señaló al diálogo como su característica principal, se inspiró en Jaspers. «¿Y qué es el diálogo? Es una relación horizontal entre A y B. Nace de una matriz crítica y genera criticidad (Jaspers). Se nutre del amor, la humildad, la fe, la confianza. Por este motivo, sólo hay comunicación en el diálogo. Y cuando los dos extremos del diálogo se vinculan de esta forma, con amor, esperanza y fe en el otro, devienen críticos en busca de algo. A continuación se establece una relación de solidaridad entre ambos. Sólo entonces se da la comunicación» [EPL, 107].

Sin embargo, el marco del trascendentalismo se hace más explícito cuando Freire sostiene que el diálogo no se reduce a una conexión entre hombres, sino entre ellos y el Creador.

> Existir supera a vivir porque es más que estar en el mundo. Es estar en él y con él. Es esa capacidad de conexión comunicativa entre lo existente y el mundo objetivo, comprendido en la propia etimología de la palabra, que incorpora al existir el sentido de criticidad que está ausente del simple vivir. Trascender, discernir, dialogar (comunicar y participar) son exclusivos del existir. Existir es individual, pero solo se lleva a cabo en relación con otros existentes, y en la comunicación con ellos [EPL, 40/41].

Cuando Freire señala que el mundo humano es un «mundo de comunicación», el argumento que usa refleja la modalidad trascendentalista del análisis del fenómeno comunicativo.

> El sujeto pensante no puede pensar solo; no puede pensar sin la coparticipación de otros sujetos en el acto de pensar sobre el objeto. No existe el "yo pienso" sin un "nosotros pensamos". Es el "nosotros pensamos" el que establece el "yo pienso" y no a la inversa. Esta coparticipación en el acto de pensar tiene lugar en la comunicación. Precisamente por este motivo, el objeto no es la última instancia del pensamiento de un sujeto sino el mediador de la comunicación. De ahí que, como contenido de la comunicación, no pueda ser comunicado de un sujeto a otro [EC, 66].

Esta perspectiva de análisis es similar a la propuesta para la cognición directa. Sin embargo, después de examinar la función de los signos lingüísticos en la relación dialógico-comunicativa, Freire aplica la interpretación marxista de Adam Schaff. En defensa de la teoría de que la comunicación se divide en dos tipos distintos, de significados y de convicciones,

Schaff sugiere que esta distinción se puede efectuar únicamente por la mediación del «mundo del trabajo» (contexto o realidad). Freire incorpora completamente esta postura analítica: «la comunicación eficaz exige que los sujetos interlocutores centren su admiración en un solo objeto; que lo expresen por medio de signos lingüísticos que pertenezcan a un universo común a ambos, para que puedan así comprender, en forma análoga, el objeto de la comunicación, que tiene lugar por medio de palabras, como la relación pensamiento-lenguaje-contexto o realidad que no se puede romper» [EC, 70].

Al retomar la cuestión del concepto de comunicación (diálogo) en *Pedagogía del Oprimido* Freire concede un lugar más prominente a las categorías marxistas de análisis. El sentido que Marx y Engels atribuyen a la comunicación está implícito en dicho concepto, no como un simple instrumento de sociabilidad (conciencia de oveja o de rebaño), sino como instrumento del trabajo conducente a la socialización.

> No es en silencio que se hacen los hombres sino en las palabras, en el trabajo, en la acción-reflexión. Pero si hablar con la palabra verdadera, que es trabajo, que es praxis, es transformar el mundo, hablar con la palabra no es el privilegio de unos pocos sino el derecho de todos los hombres.

Más adelante, Freire recurre al Che Guevara para decir que el amor implícito en el acto de la comunicación es un sentimiento revolucionario.

> Siendo fundamento del diálogo, el amor es también diálogo. De ahí que sea esencialmente tarea de sujetos y no pueda verificarse en la relación de dominación. [...] Como acto de valentía, no puede ser sentimentalista; como acto de libertad, no puede ser pretexto para la manipulación, sino generador de otros actos de libertad. De no ser así, no es amor [PO, 94].

Esa aproximación de Freire en relación con el marxismo no significa, sin embargo, una renuncia a su opción cristiana. Al proclamar «Marx me enseñó a releer los evangelios», Freire explica las circunstancias que le hicieron ir de Cristo a Marx y regresar a Cristo a través de Marx.

> Indiscutiblemente, fui, en mi juventud, hacia el campesino y el obrero de mi ciudad, movido por la misma opción cristiana, de la que no reniego. Llegado ahí, la dramaticidad existencial de los hombres y mujeres con los que comencé a dialogar me remite a Marx [...] *Y, yendo a Marx*, empiezo a sorprenderme con alegría de haber encontrado a Marx entre los campesinos y entre los obreros [...] No quiero decir hoy [...] que soy un marxista. Por una cuestión hasta de humanidad. Encuentro que es muy serio decir que se es marxista. Es preferible decir que estoy intentando volverme uno. Y lo mismo en relación con mi opción cristiana. Soy un hombre en busca de volverme cristiano.[7]

Notas

1 El presente trabajo constituye una nueva versión, con añadidos y cambios menores, del trabajo presentado en el Seminario Interdisciplinario de Comunicaciones en el Pensamiento de Paulo Freire, celebrado en la segunda mitad de 1979 por el Centro de Posgrado del Instituto Metodista de Educación Superior de São Bernardo do Campo, SP. El formato didáctico de la exposición se mantuvo en el presente texto. Es por ello que citamos sistemáticamente los trabajos de Paulo Freire, para animar el debate. Para evitar la repetición innecesaria de los títulos de los trabajos citados hemos utilizado los siguientes códigos: EPL = *Educação como Prática da Liberdade*; PO = *Pedagogia do Oprimido*; EC = *Extensão ou Comunicação?*; ACL = *Ação Cultural para a Liberdade*; CGB = *Cartas à Guiné Bissau*; CTPL = *Conscientização, Teoria e Prática da Libertação*; EM = *Educação e Mudança*

2 En la entrevista que concedió a Ligia Moraes Leite, Paulo Freire confirma que sus inquietudes educativas, inicialmente autodidactas, y posteriormente aprendiendo de la experiencia de su esposa como "gartener" (profesora de jardín de infantes y alfabetización infantil), lo llevaron un día a «abordar el problema de la comunicación». Véase Leite, Ligia Chiappini Moraes (1979). "*Encontro com Paulo Freire*" en *Educação & Sociedade*, Nº 3. São Paulo, Cortez & Moraes, p. 53.

3 El aporte de Paulo Freire a la educación de adultos se popularizó como el *Método de Paulo Freire*. Sin embargo, su intención principal no fue formular un "método" sino un "sistema de educación de adultos". Aurenice Cardoso, miembro del equipo original de colaboradores de Freire en la Universidad Federal de Pernambuco, explica las diferencias conceptuales entre método y sistema. «Cuando

método, procesos y técnica se sintetizan, única y orgánicamente, en una serie de principios y consecuencias, tenemos un sistema. Por ser más amplio, el sistema se debe caracterizar por su carácter funcional. Esto nos permite analizar el sistema educativo brasileño, al que se lo considera orgánico. Pero antes debemos plantear algunas preguntas: ¿El sistema educativo brasileño ha sido operativo? ¿Nos ha llevado a examinar nuestros problemas? ¿En qué medida integra al hombre brasileño a su realidad?». Y añade: «La investigación de este tipo fue la que condujo al Profesor Paulo Freire a desarrollar no solamente un método activo, sino un sistema de educación de adultos que lleva a los analfabetos no sólo a alfabetizarse, sino también a desarrollar un sistema para crearles conciencia de su responsabilidad social y política. El sistema le da al hombre mucho más que la sola alfabetización, porque el debate acerca de los problemas locales, regionales y nacionales lo hace más crítico y por consiguiente lo conduce a ser más consciente y político». Véase Cardoso, Aurenice (1963). "*Conscientização e Alfabetização—uma visão prática do Sistema Paulo Freire*" ("Concientización y Alfabetización: una visión práctica del Sistema Paulo Freire") en *Estudos Universitários* Nº 4. Recife, Universidade do Recife, p. 71-72.

4 Esta perspectiva, que Freire utiliza para analizar el fenómeno de la cultura, ya había sido detectada y analizada en nuestro ensayo "Comunicação: conceitos e estrutura" (Comunicación: Conceptos y Estructura) en Marques de Melo, José (1971). *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa* (Comunicación Social: Teoría y Práctica). Petrópolis, Vozes, p. 22-23.

5 Jarbas Maciel, Jarbas (1963). "A fundamentação teórica do Sistema Paulo Freire de Educação" [Los fundamentos teóricos del Sistema Paulo Freire de Educación], en *Estudos Universitários* Nº 4. Recife, Universidade do Recife, p. 23.

6 Al respecto, es interesante mencionar el sugerente ensayo de Antônio Cerveira de Moura (1979) "*A Comunicação segundo Paulo Freire*" (La comunicación según Paulo Freire), publicado en *Comunicação e Sociedade* (Comunicación y Sociedad) Nº 1. São Paulo, Cortez & Moraes, p. 31-38.

7 Esa revelación figura en la entrevista concedida por Freire a Ligia Chiappini Moraes Leite. "*Encontro com Paulo Freire*" ("Encuentro con Paulo Freire") en *Educação & Sociedade* (*Educación y Sociedad*) Nº 3. São Paulo, Cortez & Moraes, p. 54.

Bibliografía

Obras de Paulo Freire

1963. "Conscientização e alfabetização. Uma nova visão do Processo" en *Estudos Universitários* Nº 4. Recife, Universidade do Recife, p. 5-23.

1967. *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

1971. *Extensão ou Comunicação?*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

1976. *Ação cultural para a liberdade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

1977. *Cartas a Guiné-Bissau. Registros de uma experiência em processo*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

1979. *Pedagogia do oprimido*, 6ª ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

1979. *Conscientização, teoria e prática da libertação*. São Paulo, Cortez & Moraes.

1979. *Educação e Mudança*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Trabajos sobre Paulo Freire

Costa, Aurenice Cardoso da (1963]. "Conscientização e alfabetização. Uma Visão Prática do Sistema Paulo Freire" en *Estudos Universitários* Nº 4. Recife, Universidade do Recife, p. 71-80.

Maciel, Jarbas (1963). "A fundamentação teórica do sistema Paulo Freire" en *Estudos Universitários* (4). Recife, Universidade do Recife, p. 25-70.

Moura, Antônio Cerveira de (1979). "A comunicação segundo Paulo Freire" en *Comunicação & Sociedade* Nº 1. São Paulo, Cortez & Moraes, p. 31-38.

Leite, Ligia Chiappini Moraes. "*Encontro com Paulo Freire*" en *Educação & Sociedade* Nº 3. São Paulo, Cortez & Moraes, p. 47-75.

Torres, Carlos Alberto (1979). *Diálogo com Paulo Freire*. São Paulo, Loyola.

Jorge, J. Simões (1979). *A ideologia de Paulo Freire*. São Paulo, Loyola.

Olabuenaga, J. I. Ruiz; Morales, P., and Marroquina, M., Paulo Freire (1975). *Concientización y Andragogía*.. Buenos Aires, Paidós.

Marques de Melo, José & Castelo Branco, Samantha (orgs.) (1999). *Pensamento Comunicacional Brasileiro*. Grupo de São Bernardo. São Bernardo do Campo, Umesp. Reproducción autorizada por el autor.

Sobre los mensajes

Extracto de *Vida cotidiana y comunicación: la comunicación educativa como proceso alternativo*

Daniel Prieto Castillo

1979

De ninguna manera los mensajes determinan la vida cotidiana (por ejemplo, la publicidad no produce el consumo). En todo caso son reforzadores de pautas, de formas de existencia ya vigentes. Los mensajes no alienan a nadie. La presencia de formas y contenidos alienantes es señal de consumidores previamente alienados. Son, siempre, las relaciones sociales vigentes las que resultan alienantes.

Pruebas de esto no faltan. Los grupos sociales más indefensos tienden a consumir mayor cantidad de mensajes (por ejemplo: los niños, los ancianos, los marginales, los obreros que gastan la mayor parte de su tiempo en el trabajo). Como forma de ocio el consumo de mensajes suple a otras maneras de utilizar el tiempo libre (creatividad, deportes, etc.).

No existe ningún misterio en el caso de la publicidad o en el de las revistas de más de un millón de ejemplares semanales. Su éxito está asegurado de antemano por las relaciones sociales vigentes. Desde hace tiempo se sabe que los mensajes no producen directamente la violencia. Si un niño se arroja por la ventana creyéndose algún superhéroe no es porque vio un programa o varios de televisión. Su actitud se origina en las relaciones familiares, o con otros grupos, que ha llevado a lo largo de su existencia.

Y, sin embargo, se siguen gastando millones de pesos en publicidad y hay toda una polémica en torno al nuevo orden informativo internacional.

Es que mediante los mensajes se tiende a reforzar una vida cotidiana favorable al orden vigente. Se reiteran estereotipos, se aseguran versiones de circulación muchas veces planetaria.

Lo importante de la vida cotidiana alienada (lo importante para quienes con eso se benefician) es que se esté en ella sin tomar conciencia de esa condición. El reforzamiento implica el lanzamiento incesante de versiones favorables a las concepciones, valoraciones y percepciones vigentes. Todos los elementos formales del mensaje deberán seguir al pie de la letra una regla rígida: no incomodar al perceptor. Lo que significa asegurarle un mínimo de confianza en el mensaje, un mínimo de pasatiempo, un mínimo de facilidad de comprensión. Mínimo que a la vez es un máximo. Es decir, en esa estrecha franja deberán insertarse los mensajes dominantes. La relación mensajes-vida cotidiana no es de ninguna manera simétrica. O en todo caso tiende a serlo en ciertos grupos. La simetría comienza a producirse cuando lo que ofrece la versión coincide textualmente con la vida del consumidor. Y esto sucede con los secto-

Relaciones sociales alternativas

1979

Daniel Prieto Castillo

Extracto de *Vida cotidiana y comunicación: la comunicación educativa como proceso alternativo*

La comunicación alternativa no se explica desde la comunicación misma, sino desde relaciones sociales alternativas; la noción de alternativa debe ser entendida en conexión con la ruptura del autoritarismo; si la clave del autoritarismo está no solo en lo general sino también, y fundamentalmente, en la estructura de la vida cotidiana, pensada en términos individuales, interpersonales y grupales *la comunicación alternativa sólo tendrá validez, solo será si recupera del autoritarismo esa vida cotidiana en sus instancias individuales, interpersonales y grupales.*

Los burgueses son los otros

1979

Extracto de *Vida cotidiana y comunicación: la comunicación educativa como proceso alternativo*

Daniel Prieto Castillo

Por último, las relaciones sociales que tanto me preocupan no cambiarán necesariamente cuando varíe la estructura general. El autoritarismo no desaparece por obra y gracia de la magia, no se esfuma porque se coma o se informe más. Tengo muy presente, a modo de ejemplo, la afirmación de Agnes Heller sobre una muchacha que conoció en un país socialista: «Se levantaba a las seis de la mañana a preparar el desayuno de sus hijos, los acompañaba a la escuela, dejaba hecha la comida, iba al trabajo y escribía a máquina hasta las tres de tarde, regresaba a su casa, daba de comer a los niños, limpiaba la cocina, estaba pendiente de las tareas escolares que tenían que cumplir los pequeños, cuidaba a su madre enferma, preparaba la cena y planchaba la ropa. A las doce de la noche se metía en la cama y el cerdo de su marido se enfurecía cuando ella se negaba a hacer el amor».

Nadie intenta caracterizar a un país socialista por este ejemplo pero tampoco es el caso de ignorarlo, de hacer como que no existe. Nadie pretende tampoco haber liquidado con esta respuesta las objeciones. Por mi parte considero que éstas son útiles para poner un poco las cosas en su lugar. Porque en comunicación ocurre lo mismo que con esa célebre frase «Los burgueses son los otros». O lo que es igual: reconozco los problemas sociales fuera de mí y de quienes me rodean, hablo sobre y para la sociedad porque ella es enferma, yo no.

La comunicación alternativa comienza por uno mismo y por las relaciones más inmediatas. De nada vale teorizar sobre el bien del camino válido para la humanidad si a la hora de la intimidad, de la convivencia quedan en contradicción tan buenos propósitos.

Prieto Castillo, Daniel (1994). Extracto de *Diseño y comunicación.* México, Ed. Coyoacán. Originalmente estos extractos circularon como "Vida cotidiana y comunicación", elaborados para un encuentro de reflexión en el Departamento de Diseño de la Unidad Azcapotzalco, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1979. Reproducción autorizada por el autor.

res sociales más directamente beneficiarios del orden vigente. Es decir, la simetría existe cuando los mensajes no tienen nada que ocultar, cuando hablan de buen tono, de vestimentas, de círculos intelectuales y sociales, de objetos, que realmente forman parte de la existencia de quienes los consumen. Los mensajes resultan funcionales a una vida cotidiana funcional al sistema vigente; integrada, sin mayor sobresalto, satisfecha con lo que le viene a tocar en el reparto social. Hay aquí un intento de reforzar la funcionalidad. Pero sucede que no toda la población goza de una existencia semejante, y mucho menos cuando nos referimos a nuestros países latinoamericanos. La vida cotidiana de las grandes mayorías no es funcional simplemente porque existen enormes diferencias en la distribución de la riqueza, las cuales se manifiestan en todos los campos (alimentación, vivienda, vestido, educación...). Aquí no valen en absoluto las especulaciones de McLuhan sobre una "aldea global" o las de Moles sobre la integración del hombre con el hombre a escala plenaria. Eso es falso toda vez que no existe el "hombre", sino seres muy concretos insertos en muy concretas relaciones sociales.

La vida cotidiana de las grandes mayorías en nuestros países es disfuncional, está plagada de catástrofes, de penurias, de carencias. Si un individuo debe caminar todos los días más de tres kilómetros para conseguir agua, si le falta permanentemente el pan cotidiano (*quotidianem panem da nobis*, está escrito en un muro de un monasterio mexicano), si no posee los mínimos objetos que le puedan facilitar su relación con el entorno, difícilmente podrá tener una vida cotidiana funcional.

A él también se dirigen los mensajes, esta vez no para establecer una reafirmación simétrica, sino para tratar de sellar la herida, para ocultar ante los ojos de quienes sufren los problemas cotidianos. Y esto se hace por reducción a la anécdota, por psicologización de los conflictos, por difusión de estereotipos que tienden a esquematizar la realidad a fin de asegurar la esquematización mental de quienes los compartirán.

Y como los mensajes son menos que la realidad, de ninguna manera copan la vida cotidiana disfuncional de nuestras grandes mayorías. Siempre queda algo afuera. Ningún mensaje puede ocultar la muerte de un hijo por falta de medicamentos o por hambre; ningún mensaje puede solucionar las catástrofes que destruyen familias enteras. La conciencia no se entreteje desde afuera, es el producto de las diarias experiencias y no de los mensajes o de una manipulación total.

Prieto Castillo, Daniel (1994). Extracto de *Diseño y comunicación*, México, Ed. Coyoacán. Originalmente estos extractos circularon como "Vida cotidiana y comunicación", elaborados para un encuentro de reflexión en el Departamento de Diseño de la Unidad Azcapotzalco, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1979. Reproducción autorizada por el autor.

Comunicación y desarrollo

Extracto de *Una estrategia de la comunicación orientada hacia el usuario*

Florangel Rosario-Braid

1970

Los primeros teóricos de la comunicación[a] resaltaron las funciones de la comunicación para el desarrollo como aquellas de la "promoción de un clima de aceptación", el "establecimiento de agendas", la "elevación de las aspiraciones", la "búsqueda de nuevos entornos", la "socialización" y el "establecimiento del sentido de nación" (Lerner y Schramm 1967). La comunicación es tan fundamental para el desarrollo que se ha dicho que existe una relación directa entre el subdesarrollo de un país y el estado de su sistema de comunicación (Lee 1976). La necesidad de un marco mundial para el desarrollo salió a relucir porque los modelos antiguos ya no eran adecuados para explicar y guiar el proceso de desarrollo en la mayoría de los países en vías de desarrollo. La transferencia de experiencias de los países tecnológicamente avanzados a los países menos desarrollados no ha tenido mucho éxito y ha llevado a cuestionar la aplicabilidad del antiguo paradigma. La nueva definición del desarrollo, que supone la creación de una base autosuficiente a nivel de la población, conllevaría un espíritu de cooperación y unidad entre los pobres, elevaría la conciencia social y política, y aseguraría una redistribución más equitativa de los recursos existentes.

Recientemente, el término "comunicación para el desarrollo" se ha utilizado para describir cualquier tipo de comunicación que apoya el desarrollo. Por

ejemplo, Quebral (1975) declara que el propósito de la comunicación para el desarrollo es «ayudar al desarrollo». Esto se refiere a la «transformación rápida de un país y la masa de su población de la pobreza a un estado dinámico de crecimiento económico que hace posible una mayor igualdad y una más plena realización del potencial humano». Woods (1977) considera que la comunicación para el desarrollo es un elemento del proceso de gestión en la planificación e implementación global de los programas de desarrollo. Es, en un sentido amplio, la «identificación y utilización en el proceso de desarrollo de los conocimientos especializados apropiados para ayudar a aumentar la participación de los beneficiarios previstos a nivel de la población». Según Woods la comunicación para el desarrollo es un proceso —no una técnica— orientado a la resolución de problemas y que exige un enfoque multidisciplinario. Dentro del proceso de desarrollo, maneja cuatro tipos de flujo de información: hacia arriba a través de los investigadores y trabajadores de campo, hacia abajo mediante los medios directos, los trabajadores de campo y la comunicación a través del sistema organizacional.

El periodismo para el desarrollo, según la definición de José Luna Castro (1977), es «mayormente de base rural, popular más que elitista, práctico más que teórico y esotérico, y centrado en el servicio. Participa en el crecimiento de la comunidad en lugar de tomar distancia de ella».

Otra perspectiva del papel de la comunicación en la adaptación de las personas a los cambios en su entorno es la de Tuluhungwa (1978), quien ve la comunicación para el desarrollo social como un «proceso catalítico mediante el cual los seres humanos intercambian información, conocimientos, experiencia, ideas y motivaciones. A partir de este intercambio puede devenir una necesidad colectiva de cambios».

El concepto de desarrollo ha cambiado del de un proceso "lineal" a uno de una interacción o dialéctica continua. En el modelo lineal se presuponía que existe una fuente central de tecnología, principalmente en la zona urbana, y un flujo concéntrico de conocimiento e información. Esta perspectiva fue cuestionada a fines de la década de 1960, cuando los teóricos empezaron a conceptuar la comunicación de manera distinta. El conocimiento, los recursos y las innovaciones no tienen que provenir necesariamente de fuentes externas. Por el contrario, ahora se impulsa que la comunicación ayude a examinar los recursos existentes, desarrolle la tecnología autóctona y aliente la planificación de abajo hacia arriba y la participación. La redefinición de la comunicación opera en el marco de la nueva filosofía del desarrollo, que fomenta las industrias de mano de obra intensiva, la planificación participativa y los nuevos sistemas de aprendizaje.

Se vienen realizando experimentos respecto del uso del enfoque dialéctico para identificar problemas y necesidades. El nuevo enfoque se aleja de las relaciones tradicionales de agente de cambio-cliente o entrevistador-entrevistado.[2] El enfoque dialéctico también es una mejora frente al concepto de "retroalimentación-antealimentación", que se basa en el enfoque tradicional e implica que el cliente participa solamente reaccionando a las ideas. El enfoque dialéctico sugiere mecanismos mediante los cuales el cliente puede hacer preguntas y expresar sus necesidades, en lugar de sólo responder a los estímulos externos. El enfoque de Freire[3] hacia la comunicación creativa, que fomenta la interacción frecuente entre los planificadores y la población, se ha abierto camino en algunas estrategias de cambio. Este enfoque sugiere que el aprendizaje se maximiza cuando el contenido del mensaje viene cargado de estímulos emocionales que animan y movilizan a las personas a participar y actuar. El enfoque de Freire sugiere el desarrollo de una metodología de investigación orientada al usuario. Puesto que este enfoque propugna la necesidad de suscitar el pensamiento crítico en el entrevistado-cliente, propiciado por el diálogo, podría servir como marco útil para el desarrollo de técnicas de investigación que puedan:

a. suscitar una respuesta sincera del entrevistado;
b. alentarlo a pensar en el problema en lugar de sólo seleccionar entre distintas opciones;
c. expresar aspiraciones y distinguir entre los "deseos" y las necesidades;
d. organizar unidades de análisis y grupos focales de modo que se pueda combinar las percepciones que los diversos grupos tienen de los problemas; y,
e. fomentar la transparencia entre los interactores.

La teoría en la planificación de la estrategia de desarrollo

Para la elaboración de objetivos y estrategias, los planificadores empiezan por usar lo que se sabe sobre las categorías sociales en una comunidad dada. Se puede suponer que las personas que tienen una serie de características similares tendrán orientaciones de comunicación similares. La teoría de *categorías sociales* es una fórmula descriptiva que sirve de base para predecir el comportamiento de los medios masivos. Sin embargo, es difícil usar esta fórmula en varias sociedades asiáticas que están experimentando muchos cambios rápidos.

En cada etapa del proceso de desarrollo la participación de las personas guarda la mayor importancia. Las técnicas para fomentar la formulación de problemas y necesidades dependen del *diálogo humano*, en el que la comunicación ocurre en un contexto de transparencia, confianza y autenticidad.

En la implementación de un proyecto, se busca el apoyo de legitimadores o personas influyentes que puedan facilitar la adopción de las nuevas ideas. Así, dirigentes dignos de confianza validan la idea, ya sea interpretándola para los demás o comunicándola a un grupo mayor. La teoría de las *relaciones sociales* o del *flujo de comunicación de dos pasos* muestra cómo la información se transmite primero a unas cuantas personas que están mejor informadas, quienes luego la pasan a los demás, generalmente a través de canales interpersonales. Esto a veces puede suceder en un proceso de varios pasos. En una campaña, se toma en cuenta la selección y filtración que ocurre en el flujo de la información. Por lo tanto, un radioescucha o un lector de diarios normalmente escuchan o prestan atención a la información que tiende a confirmar sus propias convicciones. La teoría de la *disonancia cognitiva* explica cómo este tipo de retención y recuerdo selectivo altera el contenido de la información que se transmite.

En la planificación participativa, se produce una cierta filtración de los mensajes. A menudo se presenta la tendencia de enviar mensajes que realzan la posición del remitente y, por lo tanto, existe una mayor tendencia a la comunicación hacia arriba.

En la comunicación para la acción social, se presenta la necesidad de información sobre la innovación —respecto de dónde obtener los servicios e información— que brinde seguridad y apoyo moral. La teoría de la persuasión se expresa en conceptos como la información *bilateral frente a la unilateral*, la credibilidad de la fuente, y mensajes de miedo y amenazas. Asimismo, la persuasión indirecta es más eficaz que la persuasión directa o de publicidad agresiva, y el aprendizaje o la retención ocurren cuando la fuente es creíble. Las *teorías del aprendizaje* nos pueden ayudar a comprender actitudes y motivaciones, y por qué estamos prestos a adoptar ciertos tipos de comportamiento y no otros.

La movilización de líderes y personas en un proyecto comunitario común requiere una planificación previa minuciosa de las actividades. La *teoría de la comunicación organizacional o administrativa* se define a través de conceptos como la apertura al cambio de las organizaciones, la voluntad de los líderes de permitir que la información o las ideas nuevas se diseminen entre un grupo más amplio de personas, y la política de desarrollo. Esto último determinará si las puertas de una oficina del gobierno local se abrirán al agente de cambio o si el proyecto conta-

rá con el apoyo de contrapartes locales y se implementará dentro de un plazo razonable. El éxito de la comunicación también se mide en función de la voluntad de las personas de intercambiar información y compartir el poder con otros para así facilitar la integración.

Para determinar el impacto de la comunicación en la vida de la comunidad se debe comprender cómo las personas perciben los medios y cómo éstos se usan. Por lo tanto, si los medios son considerados principalmente como entretenimiento y dependientes de la publicidad, se utilizarán para vender bienes y servicios. El efecto de esta programación minoritaria, sobre temas de agricultura y educación, entre otros, a menudo es mitigado por la abundancia de programas de entretenimiento que dominan las transmisiones y marginan otros programas.

Un proyecto de comunicación de apoyo al desarrollo subraya el uso de mecanismos interactivos tanto a través de los medios masivos como de redes interpersonales para establecer un diálogo entre las personas y los planificadores. Se dice que una estrategia de comunicación ha dado resultado cuando se establece un sistema de retroalimentación entre los dos grupos. No obstante, es conveniente resguardarse de la tendencia de ciertos grupos de la comunidad a interferir en el proceso seleccionando o corrigiendo la información enviada hacia arriba o hacia abajo.

La comunicación para el desarrollo tiene un *propósito*, es decir, que tiene la intención de comunicar con un propósito. Generalmente, el mensaje se centra en las metas de un programa de desarrollo nacional quinquenal o en la adopción de tecnologías agrícolas y domésticas. Una estrategia que adopta el enfoque *sistémico* incorpora la interdependencia de las diversas partes del sistema.

Es importante comprender los valores y convicciones de las personas antes de introducir el cambio. La comunicación cultural se centra en desarrollar relaciones eficaces a través de una mayor comprensión de las diferencias entre los patrones de comunicación verbal y no verbal y el desarrollo de estrategias que usen ese conocimiento.

Notas

1 Schramm (1967) describió el proceso así: «La comunicación está profundamente integrada en la sociedad. Tiene poca vida por sí sola. Es algo que la gente hace; es el proceso social fundamental. Cuando la estudiamos, en realidad estamos estudiando a las personas y las sociedades [...] Cada vez que ocurre un cambio en la sociedad humana, allí fluye la comunicación». Lerner (1976) define la comunicación como un «proceso general de formación de actitudes y de cambio de actitudes mediante el cual se moldea a una sociedad». Milikan, en Schramm y Lerner (1967), sostiene: «[...] de todos los cambios tecnológicos que se han difundido en las sociedades tradicionales del mundo subdesarrollado durante la década, los más fundamentales y generalizados en su efecto en la sociedad humana son los cambios en la comunicación». Pye, Lucian (1967) declara que los problemas básicos de la modernización política y el desarrollo nacional se pueden concebir como problemas en la comunicación.

2 Perrett, Sagasti H. E. (1975) cita observaciones sobre los enfoques actuales de la comunicación para el desarrollo, tales como (1) un enfoque de los pobladores rurales como "objetivo" esencialmente pasivo de los programas de desarrollo, (2) el papel de la comunicación como educativo en general y sólo indirectamente relacionado con la acción, y (3) una definición del especialista en comunicación como básicamente un técnico, un experto en el uso de ciertos instrumentos mecánicos de comunicación para la transmisión de mensajes. El punto principal que surge del debate sobre este tema, dice, es que el conocimiento acerca de la tecnología de la comunicación y del proceso de comunicación es considerable, pero que fallamos en nuestra comprensión del elemento humano.

3 El enfoque de Freire se aparta del concepto "bancario" que caracteriza muchas de nuestras estrategias de enseñanza y de cambio. En este concepto, el maestro o agente de cambio deposita el conocimiento en las mentes de los alumnos/clientes, en lugar de crear una situación de interacción en la que aprenden el uno del otro. El enfoque de Freire presupone que el campesino, por más iletrado que sea, es capaz de mirar el mundo críticamente. La información proporciona las herramientas necesarias para la interacción. El diálogo sólo puede suceder si existe la percepción del otro como un igual y si existe humildad, amor y fe en el hombre y la esperanza de que las cosas pueden cambiar.

Bibliografía citada

Lee, John A. R. (1976). "Towards Realistic Communication Policies: Recent Trends and Ideas Compiled and Analyzed" en *Informes y monografías sobre la comunicación de masas*. Paris, UNESCO.

Lerner, D. y Schramm, W. (1967) *Communication and Change in the Developing Countries*. Honolulu. East-West Center Press.

Milikan, M. F. (1967). En Lerner, D. y Schramm, W. *Communication and Change in the Developing Countries*. Honolulu. East-West Center Press.

Perrett, Sagasti H. E. (1975). *Communication With the Rural Poor: An Action Approach*. Academy for Educational Development, Vol. II.

Pye, Lucian (1967). "Communication, Institution-Building and the Reach of Authority" en Lerner, D. y Schramm, W. *Communication and Change in the Developing Countries*. Honolulu. East-West Center Press.

Quebral, Nora (1975) "Development Communication" en J. Jamias, J. (ed.) *Readings in Development Communication*. Laguna, The Philippines, University of The Philippines at Los Baños.

Schramm, W. y Lerner, D. (1976). *Communication and Change, the Last Ten Years and the Next*. Honolulu, The University Press of Hawaii.

Tuluhungwa, R. R. (1978). "What is Social Development Communication?" en *Communication Newsletter*, Vol. 1.

Woods, John (1977). "Development and Communication—Bringing Them Closer Together Through Training". Ponencia preparada para un coloquio sobre la capacitación en materia de desarrollo y la planificación de la comunicación, PNUD.

Rosario-Braid, Florangel (1979). "A User-Oriented Communication Strategy" en Rosario-Braid, F. (ed.) *Communication Strategy for Productivity Improvement*. Tokio, Asian Productivity Organization (APO). Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

El sistema de folkcomunicación

Extracto de *Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados*

Luiz Beltrão

Investigar la naturaleza, elementos y estructura, los agentes y usuarios, y el proceso, los modos y los efectos de la folkcomunicación es una necesidad absoluta, particularmente en países como los nuestros, que tienen altos índices de analfabetismo, patrones irregulares de distribución de la población, una evidente distribución desigual de los ingresos y altos niveles de pobreza. Por lo tanto, como resultado de estos y otros factores, se caracterizan por crisis institucionales frecuentes que conducen inevitablemente a la inestabilidad política.

Se necesita la colaboración de todos para reducir estos males. Es de sorprender que la transmisión de los mensajes destinados a crear una unidad de propósitos se encargue casi exclusivamente a las comunicaciones convencionales de los medios masivos, que están fuera del alcance de enormes segmentos del público en general, cuando no conocemos bien ni siquiera los medios que usamos en nuestro discurso cotidiano.

Naturaleza, estructura y proceso

En un sistema de folkcomunicación, no obstante la existencia y el uso, en ciertos casos, de modos y canales indirectos e industrializados (tales como las transmisiones deportivas por televisión, las canciones grabadas o los mensajes impresos en folletos

y volantes), los mensajes se producen, sobre todo, como resultado de la destreza o arte del comunicador-agente. El proceso de difusión es horizontal y los usuarios típicos reciben los mensajes a través de su propio intermediario en una de las múltiples etapas de difusión. La recepción sin dicho intermediario ocurre sólo cuando el destinatario ha llegado a dominar los códigos y técnicas, y tiene la capacidad y oportunidad de usarlos para responder a los mensajes originales o transmitirlos.

En otras palabras, la folkcomunicación es, debido a su naturaleza y estructura, un proceso horizontal basado en la destreza o el arte, esencialmente similar a los tipos interpersonales de comunicación ya que sus mensajes se elaboran, codifican y transmiten en idiomas y canales que son familiares para el público. El comunicador, a su vez, está familiarizado con ese público, tanto psicológica como vivencialmente, aun cuando se encuentre disperso.

> El caso de la radio, sin duda el medio de comunicación masiva más común, especialmente desde la invención del transistor, puede servir de ejemplo. La mayoría del público popular recibe claramente, interpreta y reacciona ante los mensajes relacionados con el fútbol, gracias al conocimiento generalizado no sólo de las reglas del juego, sino también de los términos y expresiones, incluso los técnicos, utilizados por el anunciador y expresados de la manera más simple y entusiasta posible, con un tipo de elocuencia muy apreciada por las masas. Se puede decir lo mismo de los programas religiosos, especialmente los de las religiones afrobrasileñas, o las transmisiones de música campesina brasileña. Sin embargo, los mensajes que abordan temas económicos, políticos o administrativos, las transmisiones de música clásica o incluso los cursos técnicos especializados (salvo cuando se utilizan intermediarios, como en la radio educativa) se topan con una muralla de incomprensión, aun entre grupos de oyentes interesados, como en el caso de las transmisiones de la Radio Rural del Ministerio de Agricultura. Es curioso que esta incomprensión se vea en personas que, debido a su nivel de educación o su posición en la comunidad, forman parte de la comunicación social: el periodista-anunciador Meira Filho, de Brasilia, quien producía un programa matutino muy popular para una de las estaciones de radio locales —en que respondía quejas y complacía los pedidos musicales de sus oyentes— y era también uno de los locutores del programa de noticias de la estación de radio nacional, contaba cómo, durante una visita dominical, un amigo congresista de una ciudad cercana a la capital lo increpó por tener dos caras: correcto en la mañana, cuando criticaba al gobierno, y un adulador por las noches... Por ésta y otras razones, Zita de Andrade, en su manual "Princípios e Técnica de Radiojornalismo" —publicado como monografía por la revista *Comunicação & Problemas* de ICINFORM—, defiende el concepto de la radio regional como el verdadero camino para informar y educar debidamente al público.

La transposición del mensaje de un sistema de comunicación a otro a fin de que llegue a toda la población se basa en las investigaciones llevadas a cabo principalmente en Estados Unidos, en las que se plantearon las inquietudes antes mencionadas respecto de la omnipotencia de los medios masivos. Éstas surgieron debido al fracaso o a los resultados ínfimos de las campañas políticas y publicitarias que se demostraron ineficaces para producir cambios radicales en el comportamiento del público pese a la inversión de millones de dólares.

Es cierto que sí ocurrieron cambios, pero éstos fueron superficiales y por novelería: cambios de marca de cigarrillo o de jabón, o el reemplazo de modelos obsoletos de artefactos electrodomésticos por modelos más avanzados. También se obtuvieron buenos resultados cuando el contenido era completamente nuevo y la mayoría del público no se había formado una opinión sobre el tema. Pero en el caso de mensajes que tocaban convicciones profundamente arraigadas, los receptores se negaban a escuchar, especialmente en materia de asuntos públicos.

Más aún, los pocos casos de conversión, es decir de aceptación de las soluciones presentadas por el comunicador de masas, se debieron a los consejos de amigos, parientes o grupos de estudio o trabajo a los que el receptor pertenecía y no a los consejos del inaccesible y dogmático monopolizador del discurso en el micrófono o el papel impreso.

La influencia de los medios masivos no se ejerce directamente, sino a través de grupos incluidos entre los receptores que forman parte del público, grupos que, por naturaleza, son dispersos y desorganizados. (La raíz de la confusión yace precisamente en identificar a un número x de receptores para un mensaje masivo —por ejemplo, el público en una sala de cine— entre todas las personas a las que el mensaje va dirigido y podría llegar, ya que se transmite por un medio multiplicador o de alcance universal). Más aún, el público que recibe el mensaje masivo es heterogéneo, particularmente en cuanto a su cultura. Por lo tanto, una parte significativa de la audiencia, que carece de la experiencia común requerida para crear la síntesis entre el comunicador y el receptor, no llega a captar el contenido subyacente de la comunicación.

A diferencia del proceso de diálogo interpersonal o intergrupal, la industrialización del mensaje masivo no permite una corrección, reformulación o adaptación inmediatas que respondan a la capacidad de recepción del receptor. Esto lleva al receptor —especialmente si no conoce el "lenguaje" y está situado en un "universo de discurso" distinto del que posee el comunicador a buscar aclaraciones del grupo o los grupos con los que tiene una relación, ya sea familiar, ideológica o profesional.

Estas consideraciones inspiraron a Schramm (1964) a construir un modelo para la diseminación de las comunicaciones masivas representado por una tuba, según el cual el comunicador (editor, emisora radial o de televisión, productor de película, etc.) envía mensajes idénticos a través de un medio apropiado. Los receptores son individuos, cada una de los cuales decodifica, interpreta, retransmite y habla sobre la información con su grupo, lo que resulta en una reinterpretación y producción de una opinión de grupo y, quizá, de un acto devolutivo de comunicación (retroalimentación) que promoverá el diálogo con la entidad de origen.

En la conclusión de que la influencia principal de las comunicaciones masivas es secundaria, ya que es el resultado de una discusión del mensaje dentro de un grupo, destacan figuras preeminentes de la teoría de la comunicación como Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1948), en un estudio realizado durante unas elecciones presidenciales en Estados Unidos; Merton (1948/1949), quien evaluó los tipos de influencia interpersonal en las comunicaciones dentro de una comunidad; Katz y otros (1958), también en asociación con Lazarsfeld, en un trabajo que ahora es un clásico sobre la importancia de la influencia personal; así como otros científicos sociales como Lerner, De Fleur, Dood, Coleman y Bryce, cuyas investigaciones en las comunidades de varios países llevaron a la consolidación del proceso conocido como el flujo de las comunicaciones en dos etapas, es decir de los medios a los líderes y de estos a sus amigos más cercanos.

En general, ellos han confirmado que:

1. La influencia de otras personas en las decisiones específicas tiende a ser más frecuente —y sin lugar a dudas más efectiva— que la de los medios masivos.
2. Los influyentes y los influidos mantienen relaciones estrechas y, por consiguiente, tienden a compartir las mismas características de posición social: es muy raro que una persona de alta posición social influya en personas de baja posición social y viceversa.
3. Las personas vinculadas estrechamente tienden a compartir las mismas opiniones y actitudes y son renuentes a desviarse del consenso del grupo, aunque los argumentos de los medios masivos les parezcan interesantes.
4. Hay especializaciones dentro del "liderazgo de opinión". Por ejemplo: cierta mujer podría tener influencia en cuanto a decisiones de compra, pero quizá no en cuanto a la moda.
5. Aunque los más interesados ejerzan su influencia en los menos interesados, estos últimos deben tener suficiente interés como para ser

susceptibles; no hay líderes sin partidarios y el partidismo exige un interés.

6. Los "líderes de opinión" tienden a estar más expuestos a los medios masivos, especialmente aquellos que tienen mayor trascendencia en sus círculos de influencia (Katz y otros).

Líderes comunicadores

Aunque las relaciones estudiadas se referían al sistema de las comunicaciones sociales, la identificación de un líder de opinión como agente comunicador del sistema de folkcomunicación fue el punto de partida para el trabajo realizado por todos los que querían identificar y analizar los agentes y usuarios del proceso, los modos, y los logros del principal flujo paralelo de mensajes susceptible de impartir conocimiento sobre las expresiones del pensamiento popular, su intercambio de ideas y, en última instancia, los intentos de coexistencia, si no de integración, de grupos tan fundamentalmente diferentes. Lazarsfeld (s/f), al examinar las conclusiones de la investigación en la que participó, detectó cuatro características principales de los líderes de opinión:

1. Personificaban intereses específicos; por ejemplo, las jóvenes solteras se convertían en líderes de la moda debido a la importancia que su grupo atribuía a las formas de vestir.
2. Ocupaban posiciones consideradas favorables para promover altos niveles de competencia en el área en cuestión; así, las mujeres mayores con familias grandes eran consideradas asesoras en materia de compras, debido a su mayor experiencia.
3. Eran personas accesibles y extrovertidas, con muchos contactos [...].
4. Tenían acceso a información pertinente fuera de su círculo inmediato [...] debido a visitas frecuentes a otras ciudades o a una atención fuera de lo común a los medios masivos (periódicos, revistas, radio) [...] con una propensión particular a exponerse a los medios [...] apropiados a sus esferas de influencia, sea en la moda, el cine, la política, etc. Más aún, política e ideológicamente, eran «los mayores defensores de las actitudes de sus agrupaciones en todos los asuntos posibles. También pertenecían al mayor número de asociaciones; conocían a los integrantes de su partido [...] mostraban una mayor tendencia a pedir consejo e información de otras personas».

El sociólogo francés Dumazedier (1966), al evaluar el papel del líder de opinión, fue quien trazó una estructura básica que mostraba la relación entre el comunicador de masas, que usa medios mecánicos y electrónicos para difundir mensajes, y el público (R), con el líder situado en el centro del diálogo.

Sin embargo, al enfatizar la incidencia de situaciones que suponen una comunicación directa del medio con el público, particularmente en áreas relacionadas con el entretenimiento o en los aspectos externos de la política o la religión, él incluye en su estructura medios que no pertenecen a los medios masivos y que el líder usa para mantenerse informado..Estudios más recientes han ampliado la hipótesis del flujo de las comunicaciones: no se trata simplemente de una diseminación de dos etapas —de los medios a través de los líderes hacia el público bajo su influencia— sino que más bien implica etapas múltiples que incluyen los medios, los líderes con sus grupos más cercanos, los líderes con otros líderes y, finalmente, con la gran audiencia popular.

La correlación entre los dos sistemas se puede ver en el diagrama propuesto, que muestra al comunicador de masas —el elemento básico en el sistema de la comunicación social— como la principal fuente de información. Su mensaje, cuando se difunde entre el público disperso, encuentra un receptor especial: el comunicador popular, el líder de opinión de los grupos sociales de los que escapan el lenguaje y el significado más profundo de la información transmitida.

A través de sus características de líder y su capacidad de interpretar la información, este distinguido receptor (a menudo después de consultar otras fuentes, líderes y medios) se convierte en un comunicador para un público que lo busca y entiende, puesto que utiliza vehículos (medios populares) que, pese a su naturaleza masiva (tales como la radio y los folletos o volantes impresos), les son accesibles y familiares.

Un ejemplo claro de este proceso es la producción de mensajes a través de la literatura de cordel (poesía popular). El comunicador popular es uno de los innumerables espectadores de la película *Fin de semana perdido*, producida en Hollywood, que se centra en el tema del alcoholismo. Puesto que su público no va al cine a ver películas y ni siquiera está familiarizado con su lenguaje, él —el poeta del pueblo— convierte la trama en un folleto en verso, disfrazando a los personajes como personas de su propio mundo y, a veces, imprimiéndolo en imprentas manuales y, no pocas veces, con la colaboración de xilógrafos populares que, afortunadamente, todavía existen en el mundo del cordel brasileño.

El comunicador popular tiene la personalidad característica de los líderes de opinión que se observa en sus colegas del sistema de comunicaciones sociales y, quizá, aún más marcadamente en él:

1. *prestigio en la comunidad, independientemente de la posición social o económica, debido a su nivel de conocimiento de los temas específicos y a su percepción aguda de cómo se reflejan en la vida* y las costumbres de su pueblo;
2. *exposición a los mensajes del sistema de comunicación social*, como parte del público de los medios masivos, pero filtrando sus contenidos a través de las ideas, principios y normas de su grupo;
3. *contacto frecuente con fuentes externas autorizadas de información*, con las que examina o complementa la información que ha reunido;
4. *movilidad* para tener contacto con grupos diversos con los que intercambia conocimiento y recibe asistencia valiosa; y, finalmente,
5. *convicciones filosóficas arraigadas*, basadas en sus creencias y costumbres tradicionales y la cultura del grupo al que pertenece, al cual presenta las ideas e innovaciones antes de aceptarlas y difundirlas a fin de introducir los cambios que él considera beneficiosos para el modo de existencia de su comunidad.

Mientras que en el sistema de las comunicaciones sociales los líderes de opinión a menudo son autoridades políticas, científicas, artísticas o económicas, en la folkcomunicación hay una mayor elasticidad para identificarlos: los principales agentes comunicadores populares parecen no siempre ser autoridades reconocidas, sino que tienen algún tipo de carisma que atrae a oyentes, lectores, admiradores y seguidores y, en general, desempeñan la función de asesores o guías del público sin estar totalmente concientes de ese papel.

> En la investigación que realizamos en Luziânia, una ciudad en el estado de Goiás, que está pasando de ser una comunidad predominantemente rural a una industrial debido a su proximidad a Brasilia, adoptamos la técnica de la bola de nieve para encontrar personas de posición social sumamente baja que se habían convertido en agentes que influían en la opinión pública. En un caso curioso, la gran mayoría de las prostitutas identificaron a un caballero mayor como su asesor en asuntos de finanzas, salud, relaciones sociales y familiares (la educación y futuro de los hijos). Lo buscamos para entrevistarlo y descubrimos que era un ex jefe de la policía jubilado: su prestigio no se originaba en lo que le quedaba de poder político, sino en el hecho de que había tratado a las prostitutas como seres humanos mientras se encontraba en servicio activo, sin castigarlas por sus excesos o infracciones, sino más bien intentando comprenderlas y guiarlas para ayudarlas.

No obstante, se debe tener presente que otros líderes como éstos no sólo están conscientes de su posición, sino que actúan, a veces hasta abusivamente, para mantenerla o incrementarla. Consciente y constructivamente, predicadores como el Padre Cícero y el

fraile Damião, cantores y guitarristas, poetas y panfletistas, compositores populares como Luiz (Lua) Gonzaga y los músicos de samba de los cerros de Río de Janeiro, periodistas y locutores de pequeñas estaciones de radio del interior han desarrollado, y siguen haciéndolo, sus capacidades de liderazgo.

Por otro lado, explotando la credulidad y el espíritu combativo de la audiencia, sigue habiendo predicadores falsos, videntes y fanáticos religiosos, así como la inmensa legión de ejecutivos astutos y políticos demagogos que, en perjuicio de las comunidades, han pasado a ocupar los puestos de mando municipal de los "coroneles", cuyo desempeño político-social se ha plasmado admirablemente en la ficción y ha sido estudiado intensivamente por los sociólogos brasileños.[1]

El ascenso a la posición de liderazgo está vinculado íntimamente a la credibilidad que adquiere el agente comunicador en su entorno y a su capacidad de codificar el mensaje según el nivel de entendimiento de su público. Como resultado de la estructura social discriminatoria que se mantiene en países como el nuestro, la masa de los campesinos, las poblaciones urbanas marginadas e incluso los extensos sectores de proletarios o subempleados se comunican entre sí con un vocabulario limitado, organizado en torno a los significados funcionales propios del grupo.

Cuando el propósito es transmitir un mensaje a estos grupos y, especialmente, cuando los contenidos plantean un nuevo sistema de valores y conceptos, como en el caso de campañas para fomentar un cambio, es necesario "traducir" la idea para ellos, adaptándola a las estructuras de valores normales de los destinatarios. El líder comunicador popular es un traductor que no sólo sabe usar las palabras, sino también los argumentos capaces de alcanzar las formas prelógicas que, según Levy Bruhl, Bastide, Malinowsky y otros científicos sociales, caracterizan el pensamiento y dictan el comportamiento de estos grupos.[2]

El público de la folkcomunicación

Hemos identificado que los públicos usuarios de los sistemas de folkcomunicación son marginados y que tanto las expresiones derivadas cuanto el fenómeno de la marginalidad son susceptibles de la más amplia gama de significados y connotaciones específicas, en su uso común y en las ciencias sociales. En su estudio sobre las *favelas* y la política de Río de Janeiro, Perlmann (1977) ofrece una explicación sucinta pero clara y ordenada de la teoría de la marginalidad e identifica los atributos de la posición marginal de los migrantes que viven en las barriadas urbanas en sus dimensiones sociales, culturales, económicas y políticas. Asimismo, elabora un tipo ideal o paradigma que sirve de base para su investigación y sus conclusiones. En contraste, Paoli (1977), en un trabajo de investigación sociológica, se centra en el papel de la religión y el mundo de lo imaginario —difundido extensamente por los medios masivos y a menudo transpuesto a los medios populares— en el mantenimiento de las relaciones de dominación impuestas por las elites sobre las capas subordinadas de la sociedad, mediante la integración simbólica causada por estas experiencias mágicas. Las obras citadas fueron la fuente primaria de los elementos básicos que usamos en este paso para caracterizar al público de la folkcomunicación.

El término "marginal" aparece por primera vez en la literatura científica en un artículo de Robert Park sobre las migraciones humanas, publicado en 1928 en el *American Journal of Sociology*. Allí se define al migrante como un "híbrido cultural", un "marginal" que, aunque comparte la vida cultural y las tradiciones de dos pueblos distintos, «jamás decide romper con su pasado y sus tradiciones, aunque se le permitiera, y debido al prejuicio racial jamás es completamente aceptado en la sociedad nueva en la que desea encontrar un lugar».

Evidentemente, el autor se refiere a la situación del inmigrante extranjero, pero tanto la esencia de las características subrayadas (oposición al cambio/prejuicio) como su tipificación son coherentes con nuestro propósito: «Es una persona en el margen de dos culturas y dos sociedades que jamás se penetran y funden completamente entre sí». El término adquirió posteriormente un significado peyorativo, al considerar al marginal como un elemento peligroso, vinculado a la delincuencia, un proscrito, un vagabundo, una persona violenta, un hombre o una mujer que viven sumergidos en el alcohol, las drogas, la prostitución y el robo. Por extensión, se aplicó «a los pobres en general, a los desempleados, migrantes, miembros de otras subculturas, las minorías raciales y étnicas y a los transgresores de cualquier tipo» (Perlmann). La misma autora señala, entre los puntos importantes vinculados al surgimiento y la caracterización de la marginalidad que más nos interesan, la influencia de las invasiones extranjeras, como las que ocurrieron en América Latina, en las que «el proceso de colonización implicó no sólo conquista e invasión, sino también el contacto cultural y la manipulación diaria de la población indígena», que colocó a las culturas autóctonas en una situación marginal, así como la ausencia de este fenómeno en los sistemas tribales o feudales, ya que el primero «no albergaba una noción de superioridad» y en el segundo «existía una aceptación tácita de la propia posición y de la naturaleza jerárquica de la sociedad».

El fenómeno de la marginalidad se presentó después de la revolución burguesa y su ideología y empeoró, con la Revolución Industrial, el origen conceptual y formal de la sociedad de masas. Los estratos superiores —la elite económica y política— que establecen los niveles de civilización y las metas de desarrollo, incluido el desarrollo sociocultural, contrastan con las personas y grupos que carecen (o a quienes siempre se les niega) de las condiciones para alcanzarlos debido a su pobreza, culturas tradicionales, aislamiento geográfico —rural o urbano—, bajo nivel intelectual o su disconformidad activa y consciente con la filosofía o la estructura social imperante.

Un estudio y un análisis de estas condiciones, en las que concentramos nuestra investigación, condujeron a la identificación y clasificación de los grupos de usuarios de la folkcomunicación como los marginados (no marginales, una expresión que evitamos para tomar distancia de su connotación negativa), ya que son excluidos no sólo del sistema político, sino también del de la comunicación social, puesto que ambos están orientados a preservar el statu quo definido por la ideología y las acciones planificadas de los grupos gobernantes.

En función de los criterios adoptados, podemos distinguir en el público (los usuarios) de la folkcomunicación tres grupos principales:

1. Los grupos rurales marginados, particularmente debido a su aislamiento geográfico, penuria económica y bajo nivel intelectual.
2. Los grupos urbanos marginados, integrados por las personas de los estratos más bajos de la sociedad compuestos por las clases subordinadas, los desfavorecidos, los subinformados y quienes tienen un acceso mínimo.
3. Los grupos culturalmente marginados, sean urbanos o rurales, que objetan los principios, los valores morales o la estructura social imperantes.

Toda vez que en la comunicación popular cada entorno genera su propio vocabulario y su propia sintaxis, y cada agente comunicador emplea el canal que tenga disponible y que sabe cómo manejar mejor para que su público vea su forma de vida, necesidades y aspiraciones reflejadas en el mensaje, la caracterización de un segmento de la comunidad como parte de uno de estos grupos depende principalmente de la investigación de los lenguajes específicos usados por las personas que lo conforman y los medios de expresión que utilizan.

No debemos olvidar que mientras los discursos de comunicación social están dirigidos al mundo, los de la folkcomunicación lo están a un mundo en el que las palabras, signos gráficos, gestos, actitudes, líneas y formas están muy levemente vinculados al

idioma, escritura, danza, rituales, artes plásticas, trabajo, recreación y, en última instancia, al comportamiento de las clases integradas de la sociedad. Estos vínculos son tan similares en su profundidad como los que existen entre el latín y el idioma hablado en Brasil, o entre la doctrina y los valores morales del Catolicismo y el sincretismo y la ética Umbandistas. No obstante, el rico sistema que estudiamos contiene una cierta universalidad, quizá más vigorosa que en el otro, que proviene de sus cimientos en el folclore, ya que la cultura auténticamente popular tiene raíces, un tronco y ramas tan profundamente arraigadas en la naturaleza humana que sus manifestaciones parecen derivar de una sola semilla, independientemente de la raza o la latitud.

Notas

1 En la literatura, basta remitirnos a las novelas de José Lins do Rego sobre el ciclo de la caña de azúcar, a los escritos de Jorge Amado sobre la época del cacao y a *O coronel e o lobisomem* de José Cândido de Carvalho, algunos de los cuales se han trasladado al cine y la televisión. En este último medio, no se puede pasar por alto el papel del "Coronel" Odorico en *O Bem-Amado*, una adaptación de una obra de teatro de Dias Gomes. En cuanto a ensayos sobre el tema, podemos señalar el estudio de Marcos Vinícius Vilaça y Roberto C. de Albuquerque, *Coronel, Coronéis*, publicado por Tempo Brasileiro, Río de Janeiro, 1965, donde los autores analizan el fenómeno en todo el proceso de dominación económica, social y política, su desarrollo y decadencia, a través de las acciones de cuatro "coroneles" famosos de Pernambuco. El libro goza de una riqueza de documentación fotográfica, mapas, tablas estadísticas y transcripciones de testimonios, volantes y cartas.

2 Véase sobre este tema Levy Bruhl, L. (1910). *Les Fonctions Mentales dans les Societés Inferieures*. Paris, Alcan: Bastide, Roger (1950). *Sociologie et Psychanalyse* Paris, Puf. Malinowsky, B. (1949). *Estudios de Psicología Primitiva*. Buenos Aires, Paidós.

Bibliografía citada

Dumazedier, Joffre (1966). *De la sociología de la comunicación colectiva a la sociología del desarrollo cultural*. Quito, CIESPAL

Katz, Elihu y Lazarsfeld, Paul (1958). *Personal influence*. Glencoe, Ill., The Free Press.

Lazarsfeld, Paul y otros (1948). *The People's Choice*. New York, Columbia University Press.

Lazarsfeld, Paul (s/f). "Mass Media and Personal Influence" en *Voice of America*, Washington.

Merton, Robert K. (1948/1949). "Patterns of influence: a study of interpersonal influence and communication behavior in a local community" en *Communications Research*. New York, Harper and Bros.

Perlmann, Janice E. (1977). *O mito da marginalidade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Paoli, Maria Célia Pinheiro Machado (1977). *Desenvolvimento e marginalidade*. São Paulo, Pioneira.

Schramm, Wilbur (1964). "Mecanismos de la Comunicación" en *Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva*. Quito, CIESPAL.

Beltrão, Luiz (1980). Extracto de *Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados*. São Paulo, Cortez. Reproducción autorizada por Selma Beltrão.

La comunicación, mañana

Extracto de *Un solo mundo, voces múltiples*

Sean MacBride

Conclusiones y sugerencias

El estudio presentado en este informe ha puesto de manifiesto la expansión espectacular de los recursos y de las posibilidades de comunicación. Si bien abre amplias perspectivas, esta expansión suscita también temores e incertidumbres. En efecto, todo depende de la utilización que se dé a esos recursos nuevos, de las decisiones que se tomen al respecto y de la calidad de quienes vayan a tomarlas. La comunicación puede ser tanto un instrumento de poder como un arma revolucionaria, un producto comercial o un medio de educación. Puede estar al servicio de causas de liberación o de opresión; puede contribuir a la formación de la personalidad individual y también a un adoctrinamiento uniforme de los seres humanos. A cada sociedad le incumbe escoger el camino para realizar la tarea a la cual estamos todos abocados y encontrar el modo de superar las trabas materiales, sociales y políticas que coartan el progreso.

Muchas sugerencias relacionadas con el desarrollo de la educación se desprenden inmediatamente del análisis antes expuesto. Sin repetirlas ahora, quizás sea útil formular, antes de nuestras recomendaciones, un resumen de las principales conclusiones a las cuales hemos llegado:

1) El estudio de la comunicación en todo el mundo pone de manifiesto la diversidad de las soluciones adoptadas en los diferentes países, según las tradiciones, los diversos modelos de la vida social, económica y cultural, las necesidades y las posibilidades de cada uno de ellos. Esta diversidad es muy valiosa y procede conservarla; no cabe pensar en una aplicación universal de modelos preconcebidos. Sin embargo, ha de ser posible definir, en sus líneas generales, unos valores y objetivos comunes en materia de comunicación, basados en unos intereses también comunes en un mundo interdependiente. La especie humana toda está amenazada por la carrera armamentista y por la persistencia de desigualdades mundiales inaceptables, que engendran una y otra tensiones y que ponen en peligro su porvenir e incluso su supervivencia. La aspiración a un orden social mejor, más justo y más democrático, basado en el respeto de los derechos humanos fundamentales, se manifiesta por doquiera hoy en día. Solamente cabe satisfacerlo mejor mediante la comprensión y la tolerancia, que dependen en gran parte de una comunicación libre, abierta y equilibrada.

2) El presente estudio destaca también la importancia extrema que reviste la eliminación de los desequilibrios y las disparidades en la comunicación, en sus estructuras y, más especialmente, en la circulación de la información. Los países en desarrollo que necesitan reducir su dependencia reivindican un nuevo orden de la comunicación más justo y más equitativo. Este tema ha sido examinado detenidamente en múltiples tribunas; ha llegado el momento de traducir los principios en reformas y en una acción concreta.

3) Nuestras conclusiones se basan en el firme convencimiento de que la comunicación es tanto un derecho fundamental del individuo como un derecho colectivo, que procede garantizar a todas las comunidades y a todas las naciones. La libertad de información —y más exactamente, el derecho a buscar, recibir y difundir información— es uno de los derechos humanos fundamentales; y constituye incluso un requisito previo para otros muchos derechos. Para poder manifestarse plenamente, con todas las virtualidades que encierra, y por su índole misma, la comunicación depende de las condiciones

políticas, sociales y económicas circundantes, las más esenciales de las cuales son la democracia en cada país y la existencia de relaciones iguales y democráticas entre todos ellos. En este contexto adquiere toda su importancia la democratización de la comunicación en los planos nacionales e internacionales y crece su importancia para la democratización misma de la sociedad.

4) Con este fin, es indispensable que los países formulen unas políticas nacionales globales de comunicación ligadas a la totalidad de los objetivos de desarrollo social, cultural y económico. Con este fin, debería establecerse una amplia consulta entre todos los sectores interesados, gracias a unos dispositivos apropiados que den a los grupos organizados de la sociedad las máximas posibilidades de participar en la definición y la aplicación de tales políticas. Al igual que la comunidad internacional, los gobiernos deberían reconocer la urgencia de asignar a las comunicaciones una mayor prioridad en la planificación y en la financiación. Cada país debería formular sus modelos de comunicación con arreglo a su situación propia, su independencia y su autonomía.

5) Las consideraciones fundamentales que se han expuesto detenidamente en nuestro informe constituyen un marco teórico para el establecimiento de un nuevo orden de la información y de la comunicación, cuya aplicación debe concebirse como un proceso continuo de cambio de la índole de las relaciones en materia de comunicación entre las naciones y en cada una de ellas. Los desequilibrios existentes en los sistemas nacionales de información y comunicación son tan preocupantes e inaceptables como las disparidades sociales, económicas, culturales y tecnológicas, nacionales e internacionales. Ni siquiera es concebible eliminar de un modo real y duradero éstas sin enderezar aquellos. Es urgente tomar decisiones cruciales sobre el desarrollo de la comunicación, en el plano nacional al igual que en el internacional. Estas decisiones no incumben solamente a los profesionales, los investigadores o los científicos, como tampoco pueden seguir siendo la prerrogativa exclusiva de quienes tienen el poder económico y político. La adopción de decisiones debe implicar una participación social en todos los niveles. Esto supone nuevas actitudes que permitan eliminar las ideas estereotipadas y facilitar la comprensión de la diversidad y la pluralidad, respetando la dignidad y la igualdad de quienes viven en condiciones y según modos de comportamiento diferentes.

Por esta razón, nuestro llamamiento a la reflexión y a la acción reviste un alcance muy general: va dirigido a los gobiernos y a las organizaciones internacionales, a los responsables políticos y a los planificadores, a los medios de comunicación social y a los organismos profesionales, a los investigadores, a los profesionales de la comunicación, a los grupos sociales organizados y también al público en general.

1. Hacia un fortalecimiento de la independencia y del autodesarrollo

Políticas de comunicación

Todos los individuos y todos los pueblos colectivamente, tienen derecho a aspirar a una vida mejor. Cualquiera que sea el modo de concebir tal mejora, debe garantizar un mínimo social en el plano nacional al igual que en el mundial. Semejante objetivo supone el fortalecimiento de la capacidad en todas sus formas y la eliminación de las desigualdades escandalosas que pueden amenazar la armonía social e incluso la paz internacional. A partir de una situación de penuria y de dependencia hay que progresar constantemente hacia la autodependencia y una mayor igualdad. Como la comunicación está relacionada con todos los aspectos de la vida, reviste evidentemente la máxima importancia reducir rápidamente y colmar progresivamente las grandes disparidades que subsisten en este aspecto.

Recomendamos lo siguiente:

1) No cabe ya seguir considerando la comunicación como un servicio accidental, cuyo desarrollo quede al azar. El hecho de reconocer sus posibilidades supone justificar la formulación por todas las naciones, y en particular por los países en desarrollo, de unas políticas de comunicación globales, ligadas a los objetivos generales de carácter social, cultural, económico y político y basadas en unas consultas interministeriales e interdisciplinarias que entrañen una amplia participación pública. La finalidad debe consistir en aprovechar la capacidad específica de cada forma de comunicación, desde las de carácter interpersonal y tradicional hasta las más modernas, en hacer que los hombres y las sociedades sean conscientes de sus derechos, en armonizar la unidad con la diversidad y en fomentar el desarrollo de los individuos y las comunidades en el marco más amplio del desarrollo nacional, en un mundo interdependiente.

2) Como la lengua encarna la experiencia cultural de un pueblo, hay que desarrollar cada una de ellas de modo tal que satisfagan las complejas y múltiples exigencias de la comunicación moderna. Las naciones en desarrollo y las sociedades plurilingües deben formular una política lingüística que facilite el progreso de todas las lenguas nacionales, aunque resulte necesario escoger una o varias de ellas para utilizarlas más ampliamente en la comunicación, la enseñanza superior y la administración. En ciertos casos, puede surgir también la necesidad de adaptar, simplificar y normalizar los tipos de escritura, así como de concebir teclados de máquinas de escribir, diccionarios e instrumentos modernos de estudio de las lenguas y de transcribir los textos literarios a las lenguas nacionales más difundidas. Habría que pensar también en la posibilidad de proporcionar una interpretación simultánea y medios de traducción automáticos. Actualmente, se están realizando diversos experimentos encaminados a facilitar la comunicación transcultural superando para ello los obstáculos lingüísticos.

3) Un objetivo político fundamental debe ser la universalización de la enseñanza primaria y la eliminación del analfabetismo, completando el sistema de educación tradicional con nuevas modalidades de carácter no formal de enseñanza y perfeccionamiento, con arreglo a unas estructuras apropiadas de educación permanente telenseñanza (radio, televisión y enseñanza por correspondencia).

4) En el marco de la política nacional de desarrollo, cada país debe formular su propio orden de prioridad, sin perder de vista que no es posible alcanzar todos los objetivos al mismo tiempo. Sin embargo, en la medida de los recursos disponibles, las políticas de comunicación han de servir para que se desarrollen y multipliquen todos los medios de comunicación.

Fortalecimiento de la capacidad

La política de comunicación debe proporcionar una orientación para fijar el orden de prioridad en materia de información y de sus órganos y para escoger las tecnologías apropiadas. Esto determina la planificación de las infraestructuras, que procede establecer y desarrollar para conseguir la autosuficiencia en materia de comunicación.

Recomendamos lo siguiente:

5) Los países en desarrollo deben tomar medidas específicas para establecer o desarrollar los elementos esenciales de sus sistemas de comunicación —prensa, radiodifusión y telecomunicaciones— así como los medios de información y producción consiguientes.

6) Es indispensable que haya unas sólidas agencias de prensa nacionales para mejorar el modo en que informa sobre cada país la prensa nacional e internacional; se deberían establecer redes regionales viables para aumentar la circulación de la información y atender las necesidades de

todos los grupos lingüísticos importantes de una región. En el plano nacional, las agencias deberían facilitar el desarrollo de los periódicos en las zonas rurales al igual que en las urbanas, con objeto de mejorar el sistema de acopio y distribución de las noticias en el país.

7) Hay que fomentar la producción nacional de libros organizando redes de distribución de los mismos, así como de los periódicos y las revistas, y estimular la creación literaria por los autores nacionales en las diferentes lenguas.
8) El desarrollo de unas redes nacionales de radio que puedan llegar a las regiones más aisladas debe tener la preferencia respecto al de la televisión, que merece, sin embargo, ser estimulada en cuanto lo permitan las circunstancias.
   Se debe dedicar una atención especial a las regiones que padecen la plaga del analfabetismo.
9) Hay que disponer de una capacidad nacional de producción de programas de radiodifusión, para evitar una situación de dependencia del exterior y para no rebasar el nivel deseable en materia de intercambio de programas. Esta capacidad debe entrañar la existencia de unos centros nacionales o regionales de producción de programas de radiodifusión o de películas y documentales, así como de una red de distribución.
10) Es indispensable establecer los medios necesarios para la enseñanza y la formación del personal de comunicación social, y de las organizaciones de producción, así como para la formación de administradores, técnicos y personal de mantenimiento. Se debería fomentar la cooperación entre países vecinos y entre los pertenecientes a una misma región.

Necesidades fundamentales

Todas las naciones han de tomar decisiones difíciles respecto de la prioridad de las inversiones. Al escoger entre las posibilidades que se les ofrecen y entre intereses a menudo divergentes, los países en desarrollo en particular deben dar la prioridad a los medios que permitan satisfacer las necesidades esenciales del pueblo. La comunicación no es solamente un sistema de información pública, sino que además forma parte integrante de la labor de educación y desarrollo.

Recomendamos lo siguiente:

11) La comunicación debe tener una financiación adecuada en todo proyecto de desarrollo, como elemento incorporado a cada uno de ellos. Las llamadas actividades de "comunicación al servicio del desarrollo" son indispensables para movilizar las iniciativas y proporcionar la información necesaria para la acción en todos los campos del desarrollo: agricultura, sanidad y planificación de la familia, educación, religión, industria, etcétera.
12) Entre las necesidades esenciales en materia de comunicación debe figurar la extensión de los servicios postales y de las redes de telecomunicaciones, gracias a sistemas de intercambio electrónico de pequeña dimensión en las zonas rurales.
13) Procede asimismo que el desarrollo de una prensa comunitaria en las regiones rurales y en las ciudades pequeñas garantice no solamente el apoyo de unos textos escritos a las actividades de divulgación económica y social sino también la preparación de textos dedicados específicamente a los recién alfabetizados.
14) La utilización de la radio local, de la televisión y de los sistemas de vídeo de pequeño formato y de poco costo, así como el empleo de otras tecnologías apropiadas, deberían facilitar la producción de programas en apoyo de las actividades de desarrollo de la comunidad, estimular la participación y permitir una expresión cultural diversificada.
15) La utilización de la comunicación con fines de enseñanza e información debe tener una prioridad equivalente a su utilización con fines de esparcimiento. Al mismo tiempo, los sistemas de educación deberían preparar a los jóvenes para la comunicación. La iniciación de los alumnos de la enseñanza primaria y secundaria en el manejo de los medios de información (lectura de ciertas secciones, de periódicos o revistas, elección de programas de radio y televisión, aprendizaje de técnicas elementales de utilización de los medios audiovisuales) debería servir para que los jóvenes conocieran mejor la realidad y para enriquecer su conocimiento de los problemas de actualidad.
16) La organización de grupos comunitarios de oyentes o espectadores puede ampliar, en ciertas circunstancias, el campo de las posibilidades recreativas. Se deberían reforzar las actividades educativas y de información mediante bibliotecas que distribuyan libros, grabaciones sonoras y películas y recurriendo a la instrucción programada gracias a la "escuela del aire".
17) En la mayor medida posible, estas actividades deberían quedar ensambladas, con objeto de crear unos centros que utilicen los recursos espontáneos de la comunicación local con fines de distracción, educación, difusión de información e intercambio cultural. Deberían ser respaldadas por unos centros de producción de información que funcionasen de un modo descentralizado; los servicios educativos y de divulgación deben orientarse en el sentido de atender las necesidades específicas de las comunidades y estar instalados cerca de ellas para resultar más accesibles y más eficaces.
18) No basta con subrayar que la comunicación debe recibir una alta prioridad en el desarrollo nacional, sino que además hay que buscar medios posibles de financiación de las inversiones. Entre ellos, cabe imaginar unos dispositivos de reparto compensado en materia de comunicación, que impongan una carga más pesada a los grupos privilegiados, en particular en las zonas urbanas; también cabe pensar con este fin en un impuesto sobre la publicidad comercial.

Asuntos específicos

Hemos hecho hincapié en los esfuerzos nacionales que procede realizar para llegar a una independencia mayor y a la autosuficiencia. Ahora bien, esos objetivos plantean tres problemas capitales para cuya resolución se requiere una acción internacional aunada. Se trata, en síntesis, del papel, de la estructura de las tarifas y del espectro electromagnético.

Recomendamos lo siguiente:

19) Procede emprender una gran labor internacional de investigación y desarrollo para aumentar la disponibilidad de papel. La escasez mundial de papel, incluido el de periódico, y el aumento vertiginoso de su costo imponen una carga abrumadora al sector de los periódicos, las revistas y la edición, sobre todo en los países en desarrollo. Empiezan también a surgir ciertas trabas ecológicas. En colaboración con la FAO, la UNESCO debería tomar medidas urgentes para fomentar su producción ya sea recurriendo al reaprovechamiento del papel o bien a partir de nuevas materias primas que se sumen a la pasta de papel, procedente en su mayor parte de ciertos países nórdicos. El kenaf, el bagazo, la madera y las hierbas tropicales pueden tener probablemente un valor de sustitución o de complemento. Los primeros experimentos al respecto son alentadores, y procede apoyarlos y multiplicarlos.
20) Las tarifas aplicables a la transmisión de noticias y los gastos de telecomunicaciones y de correo aéreo correspondientes a la difusión de noticias, y el transporte de periódicos, revistas, libros y materiales audiovisuales constituyen uno de los principales obstáculos para el establecimiento de una corriente de información libre y equilibrada. Caber tomar diversas iniciativas en los planos nacional e internacional para subsanar tales dificultades, en especial en los países en desarrollo. En particular, los gobiernos deberían revisar las políticas y prácticas de los servicios postales y telegráficos. El aumento de los beneficios y de los ingresos no debería ser el objetivo primordial de estos organismos, que son también instrumentos que

repercuten en la política y el desarrollo planificado de los sectores de la información y de la cultura. En sus tarifas se deberían tener en cuenta objetivos nacionales más amplios. Se debe emprender una acción internacional para eliminar las desigualdades de las tarifas internacionales de telecomunicaciones que gravan fuertemente a los usuarios modestos y a las comunidades periféricas. Unas consultas internacionales periódicas sobre este particular pueden producir rápidamente resultados positivos, eventualmente durante la reunión de octubre de 1980 del Comité Consultivo Internacional Telegráfico y Telefónico, en el cual están representados 154 países y que deberían examinar las propuestas específicas de un grupo de trabajo organizado por la UNESCO, sobre la reducción de las tarifas de telecomunicaciones (noviembre de 1979). En colaboración con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la UNESCO podría tomar la iniciativa de realizar un estudio global de los servicios internacionales de telecomunicaciones por satélite en colaboración con Intersat, Interputnik y los representantes de los países usuarios, con miras a formular unas propuestas que desemboquen en la coordinación internacional y regional del desarrollo de los satélites geoestacionarios. Ese estudio debería intentar también determinar las posibilidades prácticas de reducción de las tarifas de transmisión de noticias y fijar tarifas preferentes para ciertos tipos de transmisión destinados a los países en desarrollo o procedentes de ellos. Por último, estos últimos deberían examinar la posibilidad de negociar tarifas preferentes con carácter bilateral o regional.

21) El espectro electromagnético y la órbita geoestacionaria, que son recursos naturales limitados, deberían estar más equitativamente repartidos como propiedad común de la humanidad. Con arreglo a esta perspectiva, acogemos favorablemente la decisión de la Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicaciones (CAMR) (Ginebra, septiembre-noviembre de 1979) de convocar en los próximos años a una serie de conferencias especiales, encargadas de examinar un cierto número de temas relacionados con el empleo de dichos recursos.

2. Consecuencias sociales y nuevas tareas

Integración de la comunicación en el desarrollo

La estrategia de desarrollo debería entrañar una política de comunicación que se ciñera al diagnóstico de las necesidades, así como a la concepción y la aplicación del orden de prioridad escogido. A este respecto, procede considerar la comunicación como un elemento fundamental del desarrollo, un vector que permite garantizar una participación política real en la adopción de decisiones, una base de información central para la definición de las grandes opciones y un instrumento que facilite la clara percepción de las prioridades nacionales.

Recomendamos lo siguiente:

22) Se debe fomentar el diálogo al servicio del desarrollo como elemento central de la política de comunicación y también de la política de desarrollo. La aplicación de una política nacional de comunicación debe inspirarse en tres modelos complementarios: en primer lugar, la transmisión de información de arriba hacia abajo, es decir, desde los responsables políticos hacia los diferentes sectores de la sociedad, con objeto de dar a conocer lo que a su juicio son los cambios necesarios de las actividades de desarrollo, las diversas estrategias y las consecuencias de cada una de ellas; en segundo lugar, un modelo horizontal en el cual la expresión y el intercambio de puntos de vista y de opiniones se efectúa entre los diversos elementos sociales y sobre las diferentes reivindicaciones, aspiraciones, necesidades objetivas y móviles subjetivos; por último, la creación de dispositivos permanentes de participación que garanticen una corriente de información de doble sentido, entre los responsables políticos y todas las categorías sociales, con objeto de definir los objetivos y el orden de prioridad del desarrollo y decidir la utilización de los recursos. Cada uno de estos modelos exige unos programas de información concebidos especialmente y que recurran a diversos medios de comunicación.

23) Para promover las políticas de comunicación, se debe procurar en especial que los objetivos y los problemas de desarrollo resulten comprensibles para el público en general, en un lenguaje no técnico y recurriendo a símbolos, imágenes y otras formas simples de comunicación. Análogamente, la información relativa al desarrollo que se transmita a los medios de comunicación social debería adaptarse a los criterios habituales de selección de noticias y a las prácticas en vigor a su vez, se debería incitar a los medios de comunicación social a tener más en cuenta las necesidades y los problemas de desarrollo.

Actitud ante los problemas que plantea la tecnología

La "explosión" de la tecnología de la comunicación ofrece grandes posibilidades pero encierra también grandes peligros. Todo depende, en definitiva, de las decisiones que se tomen, del punto en el cual se tomen tales decisiones y de quienes las tomen. Por consiguiente, es una prioridad organizar el proceso de toma de decisiones en forma participativa sobre la base de una clara conciencia del impacto social de las diferentes opciones.

Recomendamos lo siguiente:

24) Se deben establecer instrumentos auxiliares de las políticas adoptadas en el plano nacional, que permitan evaluar las repercusiones sociales, positivas y negativas, del empleo de las nuevas y poderosas técnicas de comunicación. La realización de estudios sobre el impacto de la tecnología puede constituir un modo eficaz de evaluar sus consecuencias para el estilo de vida, su utilidad para los sectores menos privilegiados de la sociedad, la influencia cultural que puede ejercer y sus efectos sobre la estructura del empleo. Este aspecto es especialmente importante, cuando se trata de decisiones relativas al desarrollo de las infraestructuras de comunicación.

25) Procede instituir unos dispositivos nacionales cuya finalidad consista en facilitar y ampliar el debate sobre las prioridades sociales en lo que se refiere a la introducción o el desarrollo de nuevas técnicas de comunicación. Las decisiones relativas a la orientación de la labor de investigación y desarrollo deben someterse a un examen minucioso del público.

26) En los países del Tercer Mundo, el fomento de una labor de investigación y desarrollo autónoma debe estar ligado a proyectos y programas específicos en los planos nacional, regional e interregional, que apunten a menudo a la satisfacción de las necesidades esenciales. Se requieren fondos más importantes para respaldar y estimular la búsqueda de tecnologías apropiadas. Esto podría ayudar también a los países en desarrollo a evitar los problemas de caducidad y los que trae consigo la no disponibilidad en ellos de ciertos tipos de material y de piezas de repuesto procedentes de los países industrializados.

27) La concentración de la tecnología de la comunicación en un número relativamente reducido de países desarrollados y en las empresas transnacionales ha conducido a un virtual monopolio en este campo. Para contrarrestar esas tendencias, se deben tomar medidas nacionales e internacionales, entre ellas la reforma de la legislación y la formulación de acuerdos internacionales relativos a estos temas, así como el establecimiento de leyes y convenios en materia de patentes.

Fortalecimiento de la identidad cultural

La promoción de las condiciones de las cuales depende el mantenimiento de la identidad cultural de la sociedad permite el establecimiento de relaciones armoniosas y creadoras con otras culturas. Es también necesario mo-

dificar la situación de dependencia cultural que padecen muchos países ya desarrollados o todavía en desarrollo.

Recomendamos lo siguiente:

28) Procede formular una política cultural nacional encaminada a fomentar la identidad y la creatividad culturales, recurriendo para ello a los medios de comunicación social. Semejante política debería entrañar unas directrices que salvaguarden el desarrollo cultural nacional, a la vez que faciliten el conocimiento de las demás culturas. Cada cultura realza su propia identidad comparándose con las demás.
29) Las políticas de comunicación y de cultura deberían facilitar el acceso a los medios de comunicación social, tanto de los creadores como de los diversos grupos que están en la base de la sociedad, para que puedan expresarse y hacer oír su voz. Procede estudiar las posibilidades de utilización innovadora del cine, la televisión o la radio por individuos de diferentes culturas. Semejantes iniciativas constituirían una base de diálogo cultural permanente, que podría estimularse mediante acuerdos entre los países con un apoyo internacional.
30) Procede formular directrices adaptadas a las normas y prácticas nacionales y relativas al contenido de la publicidad, así como a los valores y actitudes que fomenta. Estas directrices deberán ser compatibles con las políticas nacionales de desarrollo y con los esfuerzos encaminados a conservar la identidad cultural. A este respecto, cabría crear diferentes dispositivos (comisión de usuarios y comité de examen de las reclamaciones, por ejemplo) para ofrecer al público la posibilidad de reaccionar contra la publicidad que considera no apropiada.

Modo de reducir la comercialización de la comunicación

Los efectos sociales de la comercialización de los medios de comunicación social constituyen un tema esencial de preocupación en la formulación de políticas y la adopción de decisiones por los organismos públicos y privados.

Recomendamos lo siguiente:

31) Ha de ser posible dar la preferencia, en el fortalecimiento de los sistemas de comunicación, a unas formas no comerciales de comunicación social. La promoción de estos tipos de comunicación debería estar ligada a las tradiciones, a la cultura, a los objetivos de desarrollo y al sistema sociopolítico de cada país. Al igual que en el sector de la educación, se podrían asignar fondos públicos con tal fin.
32) Aún reconociendo la necesidad de que los medios de comunicación social equilibren sus ingresos y sus gastos, habría que buscar el modo de reducir los efectos negativos que pueden tener las consideraciones comerciales y financieras sobre la organización y el contenido de las corrientes nacionales e internacionales de comunicación.
33) Es posible mejorar las estructuras actuales de financiación de los órganos de información sometidas a las exigencias del mercado. A este respecto, procede emprender estudios sobre el modo de modificar la importancia relativa del volumen de la publicidad en relación con los costos, la política de precios, las contribuciones voluntarias, las subvenciones, los impuestos y otros medios de financiación con objeto de promover la función social de los órganos de comunicación social y aumentar los servicios que presentan a la comunidad.

Acceso a la información técnica

La corriente de información técnica dentro de un país y más allá de las fronteras nacionales es uno de los principales recursos del desarrollo. El acceso a dicha información, que necesitan los países para poder adoptar decisiones en todos los niveles, es tan esencial como el acceso a las fuentes de noticias. Este tipo de información suele estar concentrado casi siempre en grandes tecno-estructuras. Los países desarrollados no proporcionan suficientemente este tipo de información a los países en desarrollo, a quienes les suele costar mucho obtenerla.

Recomendamos lo siguiente:

34) Los países en desarrollo deberían procurar en particular: a) armonizar sus políticas en materia de educación, comunicación y ciencias, cuyas aplicaciones prácticas coinciden parcialmente; b) crear en cada país uno o varios centros para el acopio y la utilización de las informaciones y los datos técnicos procedentes del país y del extranjero; c) reunir el material necesario para las actividades esenciales de procesamiento de datos; d) desarrollar las técnicas y medios de análisis y procesamiento en computadora de los datos obtenidos con técnicas de teledetección.
35) Los países desarrollados deberían fomentar el intercambio de informaciones técnicas, según el principio de que todos los países tienen el mismo derecho de acceso a toda la información legalmente disponible. Para reducir las desigualdades en este campo, resulta cada vez más necesario fomentar la cooperación con miras al acopio, la búsqueda, el tratamiento y la difusión de información técnica por medio de diversas redes, por encima de unas fronteras geográficas o artificiales. El UNISIST, que proporciona el marco metodológico para la cooperación voluntaria entre los sistemas y servicios de información, debería intensificar sus actividades.
36) Los países en desarrollo deberían asignar carácter prioritario a la adopción de una política nacional de informática que entrañara, en primer lugar, la creación de órganos de decisión (interdepartamentales e interdisciplinarios), encargados en particular de: a) evaluar las distintas posibilidades tecnológicas; b) centralizar las compras; c) fomentar la producción de medios de programación en el propio país; d) facilitar la cooperación regional y subregional (en muchos campos, entre ellos la educación, la sanidad y los servicios de consumo).
37) En el plano internacional, se deberían tomar iniciativas respecto de: a) el estudio sistemático de las infraestructuras organizadas para el tratamiento de datos que existen en diversos campos especializados; b) el establecimiento de un acuerdo sobre las medidas pertinentes para lograr una participación efectiva y plurinacional en la formulación de los programas y en la planificación y la administración de las infraestructuras de datos ya existentes o en curso de creación; c) la determinación de las medidas comerciales y técnicas que puedan mejorar la utilización de la informática por los países en desarrollo; d) el establecimiento de un acuerdo sobre el orden de prioridad internacional de la labor de investigación y desarrollo que sea de interés para todos los países en el campo de la informática.
38) Las empresas transnacionales deberían proporcionar a las autoridades de los países en los cuales actúan, a petición de las mismas y de un modo ordinario, que sería definido por las leyes y reglamentos del país en consonancia con las normas internacionales vigentes, informaciones relativas a sus actividades y, en particular, las necesarias para la evaluación de su propio impacto. Además, deberían facilitar al público, a los sindicatos y a los demás sectores interesados de los países en los cuales actúen, todas las informaciones necesarias para entender la estructura global, las actividades y las normas que aplica cada empresa transnacional y lo que todo esto implica para el país de que se trata.

3. Normas e integridad profesionales

Responsabilidad de los periodistas

Para el periodista, la libertad y la responsabilidad son indisociables. La libertad sin responsabilidad desemboca en todo tipo de abuso. Pero sin libertad no puede haber

responsabilidad. El concepto de libertad, sumado al de responsabilidad, trae necesariamente consigo un afán de ética profesional, que presupone a su vez un modo equilibrado de enfocar los acontecimientos, las situaciones o los procesos, teniendo en cuenta sus diversos aspectos. No siempre ocurre esto hoy en día.

Recomendamos lo siguiente:

39) La importancia de la misión del periodista en el mundo actual requiere de la adopción de medidas encaminadas a realzar su posición en la sociedad. Incluso hoy en muchos países los periodistas no son considerados como miembros de una profesión, ni reconocidos y tratados en consonancia con ello. Para subsanar tal situación, el periodismo debe elevar sus normas de conducta y su calidad, con objeto de ser reconocido por doquiera como verdadera profesión.

40) Para poder ser tratados como miembros de una profesión, los periodistas necesitan una formación general amplia y una formación profesional particular. Procede establecer programas de preparación, destinados no solamente a quienes se incorporan a la profesión sino también al personal ya veterano que debería participar periodísticamente en cursillos y conferencias encaminados a remozar y a enriquecer su competencia. Fundamentalmente, los programas de preparación deberían organizarse en los planos nacional y regional.

41) Hoy en día, no se respetan universalmente valores tales como la veracidad, la exactitud y el respeto de los derechos humanos. Unas normas profesionales más elevadas y una mayor responsabilidad no pueden imponerse por decreto ni depender únicamente de la buena voluntad de cada uno de los periodistas, que trabajan en instituciones que pueden mejorar u obstaculizar su desempeño profesional. El amor propio de los periodistas, su integridad y su voluntad de producir un trabajo de calidad revisten una importancia capital. Este nivel de conciencia profesional, que va unido al sentido de la responsabilidad, es el que deben fomentar los órganos de información y las organizaciones de periodistas. A este respecto, habría que establecer una distinción entre los órganos de información, los propietarios y los dirigentes, por un lado, y los periodistas, por otro.

42) Al igual que en otras profesiones, los periodistas y los órganos de información prestan al público un servicio directo y, por consiguiente, está justificado que el público les considere responsables de sus actos. Entre los dispositivos imaginados hasta ahora para concretar en la práctica esa responsabilidad, la Comisión estima que los más útiles son los consejos de prensa y de comunicación social, la institución de un mediador de prensa y la crítica interna de los demás periodistas, tal como se practica en varios países. Además, las comunidades atendidas por un órgano de información dado pueden conseguir importantes reformas mediante la simple acción de los ciudadanos. Las formas específicas de participación de la comunidad en la adopción de decisiones variarán, por supuesto, de un país a otro. Las estaciones de televisión públicas, por ejemplo, pueden estar dirigidas por unos consejos en los cuales participen unos representantes de la comunidad. Unas medidas voluntarias de este tipo pueden contribuir considerablemente a influir en la acción de los medios de comunicación social. Sin embargo, parece necesario establecer nuevos procedimientos gracias a los cuales el público esté en condiciones de ejercer eficazmente el derecho a evaluar la acción de los medios de comunicación social.

43) En todas las partes del mundo y en muchos países, los profesionales han adoptado códigos de ética profesional. La adopción de estos códigos en el plano nacional, y a veces en el regional, es deseable a condición de que sean preparados y adoptados por la propia profesión, sin injerencias del gobierno.

Hacia una mejora de los reportajes internacionales

La presentación completa y precisa de la información relativa a otro país es un problema permanente, por diversas razones: las principales son las condiciones de trabajo de los corresponsales, su competencia, sus actitudes, su diferente concepción de los criterios de selección de las informaciones, las posiciones que adoptan los gobiernos, etc. Para un mejor intercambio de información en todo el mundo se requiere de la adopción de medidas a largo plazo.

Recomendamos lo siguiente:

44) Todos los países deberían tomar medidas para admitir a los corresponsales extranjeros y facilitarles el acopio y difusión de noticias. Las obligaciones especiales a este respecto aceptadas por los firmantes del Acta Final de Helsinki deben ser no solamente respetadas sino también aplicadas liberalmente. El libre acceso de los periodistas a las fuentes de información es indispensable para que puedan realizar reportajes exactos, fieles y equilibrados. Implica necesariamente el acceso a las fuentes no oficiales de información, al igual que a las oficiales, es decir, el acceso a toda la gama de opiniones existente en un país.

45) Procede examinar las normas habituales de selección de las noticias y de los reportajes, así como los múltiples criterios y juicios de valor aplicados a la información, para que los lectores, oyentes y espectadores del mundo entero estén en condiciones de recibir una versión más fiel y más completa de los acontecimientos, movimientos y tendencias que se produzcan en los países en desarrollo y desarrollados. La necesidad inevitable de interpretar las situaciones no familiares en términos comprensibles para un público lejano no debe ocultar a los periodistas o a los redactores jefes los peligros de una actitud estrechamente etnocéntrica. La primera medida para superar este tipo de perjuicio consiste en reconocer que se infiltra en el razonamiento de casi todos los seres humanos, entre ellos los periodistas, aunque no se lo propongan deliberadamente. La selección de ciertas noticias en detrimento de otras basta para suscitar en el espíritu del público una imagen del mundo que puede ser incompleta o deformada. Se requieren unas normas profesionales más elevadas para que los periodistas puedan exponer las diversas culturas y creencias del mundo moderno, sin pretender formular un juicio sobre el valor último de la experiencia y las tradiciones de una nación extranjera.

46) Con este fin, es muy conveniente que los periodistas nombrados en el extranjero reciban una formación previa sobre la lengua, la historia, las instituciones, la política, la economía y el medio cultural del país o de la región en los cuales van a prestar sus servicios.

47) En el mundo industrializado, la prensa y la radiodifusión deberían dedicar más espacio y más tiempo a los reportajes sobre acontecimientos y a la difusión de informaciones básicas sobre los países extranjeros en general y a las noticias relativas al mundo en desarrollo en particular. Los medios de comunicación social de los países en desarrollo —en particular los "filtros", los directores y los productores de la prensa escrita y de los órganos de radiodifusión, que escogen las noticias antes de publicarlas o de transmitirlas por radio y televisión— deberían familiarizarse más con las culturas de las naciones en desarrollo y las condiciones existentes en ellas. Aunque el actual desequilibrio de la circulación de noticias requiere del fortalecimiento de la capacidad de los países en desarrollo, los órganos de información del mundo industrializado deben aportar una gran contribución para corregir tal desigualdad.

48) Para compensar los efectos negativos de la información inexacta o malévola, el derecho de respuesta y de rectificación deberían ser obje-

to de un examen más minucioso. Aunque estos conceptos se aceptan en muchos países, su naturaleza y su alcance varían tanto que no es ni oportuno ni realista proponer la adopción de una reglamentación internacional al respecto. Unas noticias falsas o deformadas pueden resultar nocivas, pero la publicación voluntaria de correcciones o respuestas parece preferible a una acción normativa internacional. Debido a las graves divergencias que se manifiestan en las modalidades de aplicación del derecho de respuesta y de rectificación en los diferentes países, se recomienda asimismo que: a) se tome en consideración el ejercicio del derecho internacional de respuesta y rectificación, para aplicarlo voluntariamente en cada país en función de las prácticas periodísticas en vigor y de las estructuras jurídicas nacionales; b) en consulta con los organismos interesados, las Naciones Unidas examinen las condiciones en las cuales se podría mejorar este derecho en el plano internacional, teniendo en cuenta las dificultades de aplicación de la Convención de 1952 sobre el Derecho Internacional de Rectificación; c) los órganos de información que tienen una difusión internacional definan en forma voluntaria las normas internas relativas al ejercicio de este derecho y las pongan a la disposición del público.

49) En un momento u otro, los servicios secretos de muchos países han reclutado periodistas para que espíen al amparo de sus tareas profesionales. Procede condenar esta práctica, ya que va en detrimento de la integridad profesional y, en ciertas circunstancias, puede exponer a los periodistas a sospechas injustificadas o a peligros físicos.
La Comisión recomienda vivamente a los periodistas y a sus empleadores que se opongan a todos los intentos de este tipo. Insta también a los gobiernos a que se abstengan de utilizar a los periodistas con fines de espionaje propiamente dicho.

Protección de periodistas

Cada día llegan del mundo entero informaciones sobre los peligros a los cuales están expuestos los periodistas en el ejercicio de su profesión: hostigamiento, amenazas, encarcelamiento, violencias físicas y aún asesinatos. Un monitoreo continuo se requiere para enfocar la atención de todo el mundo en semejantes violaciones de los derechos humanos.

Recomendamos lo siguiente:

50) Se debería salvaguardar la independencia y la integridad profesionales de todas las personas que se dedican al acopio y difusión pública de noticias, informaciones y opiniones. Sin embargo, la Comisión no propone que se concedan privilegios o garantías especiales destinadas a proteger a los periodistas en el ejercicio de sus funciones, aunque su profesión sea a menudo peligrosa. Lejos de constituir una categoría especial, los periodistas son ciudadanos en su propio país, y tienen los mismos derechos fundamentales que todos los demás. En el Protocolo adicional de la Convención de Ginebra del 12 de agosto de 1949 se establece una sola excepción, y se refiere únicamente a los periodistas que desempeñan una misión peligrosa, en las zonas de conflicto armado en particular. El hecho de proponer garantías suplementarias podría provocar dificultades de otro orden, ya que traería consigo la creación de un organismo que habría de designar a las personas que podrían acogerse a tal protección. Los periodistas solamente estarán plenamente protegidos cuando se garanticen los derechos humanos a todos los ciudadanos del mundo.

51) La UNESCO debería organizar una serie de mesas redondas durante las cuales los periodistas, los responsables de los medios de comunicación social, los investigadores y los juristas estudiaran periódicamente los problemas relacionados con la protección de los periodistas y propusieran medidas apropiadas.

4. Democratización de la comunicación

Derechos humanos

Los derechos humanos, cuya defensa es una de las tareas primordiales de los órganos de información, no pueden existir sin la libertad de palabra, de prensa, de información y de reunión. La transformación de estas libertades en un derecho individual o colectivo más amplio a comunicar es un principio evolutivo en el proceso de democratización. Entre los derechos humanos cuya defensa se impone especialmente figura el derecho a la igualdad para las mujeres y entre las razas.

Recomendamos lo siguiente:

52) Todos los que trabajan al servicio de los órganos de información deberían contribuir a que se respeten los derechos humanos, a la vez en el plano individual y en el colectivo, con arreglo al espíritu de la Declaración de la UNESCO sobre los medios de comunicación de masas, de los Pactos Internacionales de Derechos Humanos y del Acta Final de Helsinki. La contribución de los órganos de información en este sentido no consiste solamente en defender tales principios sino también en poner de manifiesto todas las violaciones, independientemente de dónde se produzcan, y de prestar su apoyo a aquellos cuyos derechos han sido ignorados o violados. Las asociaciones profesionales y la opinión pública deben respaldar a los periodistas que estén sometidos a presiones o que sean víctimas de su entrega a la causa de los derechos humanos.

53) Los órganos de información deberían contribuir a apoyar la justa causa de los pueblos que combaten por la libertad y la independencia y por su derecho a vivir en paz, en un plano de igualdad y sin injerencias abusivas. Esto es especialmente importante para todos los pueblos oprimidos que, en su lucha contra la dominación externa de unos u otros y la discriminación religiosa y racial, no tienen la posibilidad de hacer oír su voz en el interior de su propio país.

54) Las necesidades de una sociedad democrática en materia de comunicación deberían quedar satisfechas mediante la formulación de derechos específicos tales como el derecho a ser informado, el derecho a informar, el derecho a la protección de la vida privada y el derecho a participar en la comunicación pública, que encajan todos ellos en ese nuevo concepto que es el derecho a comunicar. En vísperas de lo que cabría calificar de una nueva era en materia de derechos sociales, todas las implicaciones del derecho a comunicar deberían ser objeto de un minucioso estudio.

Eliminación de los obstáculos

Por sus inmensas posibilidades de influir en el espíritu y en el comportamiento de los individuos, la comunicación puede ser un modo vigoroso de promover la democratización de la sociedad y de ampliar la participación de los ciudadanos en la adopción de las decisiones. Esto depende de las estructuras, de las prácticas y de la gestión de los medios de comunicación social, así como de la medida en la cual faciliten un más amplio acceso a la comunicación, al abrirla a un intercambio libre de ideas, de informaciones y de experiencia entre interlocutores situados en un plano de igualdad, sin predominio alguno ni discriminaciones.

Recomendamos lo siguiente:

55) Todos los países deberían adoptar medidas encaminadas a ampliar las fuentes de información que necesitan los ciudadanos en su vida cotidiana. Procede emprender un examen minucioso de las leyes y reglamentos vigentes, para reducir las limitaciones, las cláusulas secretas y las restricciones de diversos tipos en las prácticas de información.

56) Se debería abolir la censura o el control arbitrario de la información. En los sectores en los cuales estén justificadas unas restricciones

razonables, éstas deberían quedar definidas en una ley, su aplicación estar sometida al control judicial y ceñirse a los principios formulados en la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración universal de los Derechos Humanos y los Pactos Internacionales de Derechos Humanos, y en los demás instrumentos que adopte la comunidad de naciones.

57) Los obstáculos y las restricciones que se derivan de la concentración de la propiedad de los órganos de información, independientemente de que sea pública o privada, o de las influencias comerciales sobre la prensa, la radio y la televisión o bien de la publicidad privada u oficial, merecen un estudio especial. Se debería proceder también a un examen crítico del problema de las condiciones financieras que se imponen a los órganos de información y de las medidas adoptadas para reforzar la independencia de la redacción.

58) Se deberían tomar medidas jurídicas eficaces para: I) limitar la concentración y la monopolización; II) conseguir de las empresas transnacionales que acaten los criterios y condiciones específicos definidos en la legislación y en la política de desarrollo nacionales; III) invertir la tendencia a la reducción del número de responsables precisamente cuando está aumentando la eficacia de la comunicación y la dimensión del público; IV) reducir la influencia de la publicidad sobre la política de redacción y los programas de radiodifusión, y; V) perfeccionar los modelos que permiten fortalecer la independencia y la autonomía de los órganos de información en materia de gestión y de política de redacción, independientemente de que esos órganos dependan del sector privado, del público o del propio gobierno.

Diversidad y elección

La diversidad y la elección del contenido de la comunicación son condiciones previas para la participación democrática. Todo individuo y todo grupo concreto deben estar en condiciones de formular juicios fundados en la más amplia gama posible de informaciones, mensajes y opiniones y tener la ocasión de compartir sus ideas con los demás. El desarrollo de unos medios de comunicación social descentralizados y diversificados ensancha el campo de participación real y directa de la población en la comunicación.

Recomendamos lo siguiente:

59) La construcción de infraestructuras y la adopción de técnicas concretas deberían adaptarse cuidadosamente a la necesidad de proporcionar a un público más amplio unas informaciones más abundantes, procedentes de fuentes muy diversificadas.

60) Se debe dedicar especial atención a las necesidades de las mujeres en materia de comunicación. Se les debe conceder la igualdad de acceso a los medios de comunicación y la garantía de que su imagen no quedará deformada por los órganos de información o por la publicidad.

61) Procede tener también presentes los problemas de los niños y los jóvenes, de las minorías nacionales, étnicas, religiosas y lingüística, de los habitantes de regiones remotas, de las personas de edad y de los minusválidos. Estas fracciones importantes y vulnerables de la sociedad tienen sus necesidades propias en materia de información.

Integración y participación

Para estar en condiciones de comunicarse en la sociedad contemporánea, el hombre tiene que disponer de instrumentos apropiados. Las nuevas técnicas le ofrecen múltiples medios de información y de esparcimiento individualizado, pero a menudo son incapaces de facilitarle medios de comunicación adecuados en su propia comunidad o en su grupo social o cultural. Por lo mismo, a menudo resultan necesarias nuevas modalidades de comunicación.

Recomendamos lo siguiente:

62) Se debe estudiar más a fondo el empleo de los medios de comunicación social en el entorno de vida y de trabajo. En vez de aislar a los hombres y las mujeres, los medios de comunicación social deberían facilitar su integración en la colectividad.

63) Con harta frecuencia, se trata a los lectores, los oyentes y los espectadores como si fueran receptores pasivos de información. Los responsables de los medios de comunicación social deberían incitar a su público a desempeñar un papel más activo en la comunicación, al concederle un lugar más importante en sus periódicos o en sus programas de radiodifusión con objeto de que los miembros de la sociedad y los grupos sociales organizados puedan expresar su opinión.

64) La creación de medios de comunicación apropiados, en todos los niveles, debería servir para crear nuevas formas de participación del público en la gestión de los medios de comunicación social y para establecer nuevas modalidades de financiación.

65) Los responsables de la política de comunicación deberían asignar una mayor importancia a la definición de los medios que puedan contribuir a democratizar su gestión, respetando las tradiciones y características nacionales, y asociando a ello a las siguientes categorías: a) a los dirigentes y propietarios de los medios de comunicación social; b) los periodistas y los profesionales de la comunicación; c) los creadores; d) los técnicos; y, e) los representantes del público. Semejante democratización de los medios de comunicación social requiere del apoyo y la comprensión total de quienes están a su servicio y que, gracias a ello, podrían desempeñar un papel más activo en la política de redacción y en la gestión.

5. Fomento de la cooperación internacional

Copartícipes en el desarrollo

Las desigualdades en materia de medios de comunicación que se observan por doquiera se deben a disparidades económicas o a modelos políticos y económicos o bien obedecen a negligencias o a abusos de carácter cultural. Pero, independientemente de su causa, no es posible tolerar unas desigualdades tan escandalosas. El concepto mismo de nuevo orden mundial de la información y de la comunicación presupone el fomento de la cooperación internacional, que comprende dos vertientes principales: la asistencia internacional y la contribución a la comprensión internacional. Las dimensiones internacionales de la comunicación tienen ya una trascendencia tal que es indispensable desarrollar la cooperación en el plano mundial. Incumbe a la comunidad internacional tomar medidas apropiadas para sustituir la dominación, la dependencia y la desigualdad por unas relaciones de interdependencia y de complementariedad más abiertas y más fecundas, basadas en el interés mutuo y en la dignidad de las naciones y de los pueblos. Semejante cooperación requiere de un decidido esfuerzo internacional encaminado a subsanar la situación actual. Un empeño tan claro constituye una necesidad no solamente para los países en desarrollo sino también para la comunidad internacional considerada en su conjunto. Las tensiones y las rupturas provocadas por la falta de iniciativa son mucho más importantes que los problemas derivados de los cambios necesarios.

Recomendamos lo siguiente:

66) Procede tomar progresivamente unas medidas nacionales e internacionales que fomenten el establecimiento de un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación. Las propuestas contenidas en el presente informe pueden contribuir a definir los diferentes tipos de acción necesarios en este sentido.

67) Se debería dar a la cooperación internacional en materia de desarrollo de las comunicaciones la misma prioridad que se asigna a otros sectores (sanidad, agricultura, industria, ciencia, educación, etc.), ya que también la información es fundamental para el progreso individual y colectivo y para el desarrollo global. Se puede alcanzar este objetivo utilizando los fondos previstos en los acuerdos gubernamentales bilaterales o los facilitados por las organizacio-

nes internacionales y regionales; estas organizaciones deberían pensar en la posibilidad de aumentar considerablemente los recursos que asignan a las comunicaciones, tanto en lo que se refiere a las infraestructuras como al material, equipo, las instalaciones y al desarrollo de programas. Hay que procurar que la asistencia que se ofrezca sea compatible con el orden de prioridad de los países en desarrollo. Análogamente, hay que tomar muy en cuenta la provisión de asistencia a los programas antes que a los proyectos de alcance restringido.

68) La estrecha relación que existe entre la creación de un nuevo orden económico internacional y el nuevo orden mundial de la información y de la comunicación debería ser cuidadosamente examinada por los organismos técnicos responsables de estos temas. Procede instituir en el sistema de las Naciones Unidas unos planes de acción concreta que liguen los dos procesos. Al aprobar la estrategia internacional de desarrollo, las Naciones Unidas deberían considerar el sector de la comunicación como parte integrante de dicha estrategia, y no como un simple instrumento de información pública.

Fortalecimiento de la autodependencia colectiva

A los países en desarrollo les incumbe la responsabilidad primordial de introducir los cambios necesarios para superar su dependencia en materia de comunicación. Las actividades necesarias empiezan en el plano nacional, pero deben quedar completadas con unos acuerdos efectivos en los otros niveles pertinentes: bilateral, subregional, regional e interregional.

La autodependencia colectiva es la piedra de toque del nuevo orden mundial de la información y de la comunicación.

Recomendamos lo siguiente:

69) La dimensión que supone la cooperación debería quedar incorporada a los programas y acuerdos de cooperación económica entre los países en desarrollo.

70) Se deberían ampliar aún más las actividades conjuntas en materia de comunicación en curso de realización entre los países en desarrollo, teniendo presentes el análisis global y las recomendaciones de este informe. En particular, se debería dedicar atención a la cooperación entre las agencias nacionales de prensa y al fortalecimiento del consorcio (*pool*) de agencias de prensa y de organismos de radiodifusión de los países no alineados, así como a un intercambio ordinario de programas de radio y televisión, y de películas.

71) En lo que se refiere a la cooperación en materia de información técnica, se debería asignar una gran prioridad a la creación de bancos de datos, centros de tratamiento de la información y centros de documentación especializados de carácter regional y subregional, que deberían concebirse y organizarse en relación con los medios de programación y de dirección, según las necesidades específicas de los países que cooperen entre ellos. La elección de tecnología y empresas extranjeras no debería aumentar la dependencia en este campo.

72) En particular en el campo económico, se podrían establecer dispositivos de utilización en común de la información de carácter no estratégico. Unos acuerdos de este tipo resultarían muy valiosos en sectores tales como las negociaciones comerciales multilaterales, las relaciones con las empresas y los bancos transnacionales, la previsión económica, la planificación a plazo medio y largo y otros similares.

73) Se deberían emprender esfuerzos especiales para lograr que la información sobre los demás países en desarrollo, de la región o ajenos a ella, reciba más atención y espacio en los medios masivos. Se podrían organizar proyectos especiales para garantizar un flujo ininterrumpido de materiales interesantes y atractivos, inspirados en unos criterios de selección de la información que tengan en cuenta las necesidades de los países en desarrollo.

74) Se deberían fomentar las medidas encaminadas a promover las relaciones y los acuerdos entre las organizaciones profesionales y los investigadores en materia de comunicación de los diferentes países. Es necesario desarrollar las redes de instituciones y especialistas que trabajen en el sector de la comunicación, con objeto de compartir y proceder a un intercambio de experiencias y organizar conjuntamente proyectos de interés mutuo con un contenido práctico concreto.

Dispositivos internacionales

La cooperación relativa al desarrollo de la comunicación reviste interés para todo el mundo; por consiguiente, concierne también a las organizaciones internacionales, en las cuales todos los Estados Miembro pueden examinar con plena libertad los problemas planteados y decidir las medidas multinacionales necesarias. Los gobiernos deberían examinar atentamente las estructuras y los programas de las entidades internacionales de comunicaciones e indicar los cambios que permitan satisfacer unas necesidades en constante evolución.

Recomendamos lo siguiente:

75) Los Estados Miembros deberían aumentar el apoyo que prestan al programa de la Organización a este respecto. Procedería pensar en la constitución de un sector de comunicación por derecho propio, no solamente para destacar la importancia de la comunicación sino para insistir en las relaciones mutuas de las actividades que dependen de ella con las otras grandes vertientes de la acción de la UNESCO: educación, ciencia y cultura. En sus actividades en materia de comunicación, la UNESCO debería centrar su acción en campos prioritarios. Entre ellos cabe citar la asistencia relativa a la concepción, la planificación y el desarrollo técnico de las políticas nacionales, la organización de reuniones e intercambios profesionales, el fomento y la coordinación de las investigaciones y, por último, la formulación de normas internacionales.

76) Se debería establecer una mejor coordinación de las diferentes actividades en materia de comunicación emprendidas por la UNESCO y en el marco del sistema de las Naciones Unidas. Procede emprender un inventario y una evaluación a fondo de todos los programas de desarrollo de las comunicaciones y de los programas conexos de los diferentes organismos, con objeto de establecer unos dispositivos destinados a garantizar la consulta, la cooperación y la coordinación necesarias.

77) Sería conveniente que el sistema de las Naciones Unidas dispusiera de un sistema de información más eficaz, que comprendiera instalaciones de radiodifusión propias y a la postre un satélite de comunicación. Semejante sistema permitiría a las Naciones Unidas estar más directamente informadas de los asuntos mundiales y transmitir más eficazmente su mensaje a todos los pueblos de la Tierra. Esta propuesta supone grandes inversiones y suscita problemas muy complejos. Se debería llevar a cabo un estudio prospectivo, para poder preparar y presentar a los organismos competentes un proyecto cuidadosamente estudiado.

78) Cabría pensar en la creación de la UNESCO de un centro internacional para el estudio y la planificación de la información y la comunicación, cuyas funciones principales fueran las siguientes: a) promover el desarrollo de los sistemas nacionales de comunicación en los países en desarrollo y fomentar el equilibrio y la reciprocidad en la circulación de la información internacional; b) movilizar los recursos nacionales para tal fin y administrar los fondos que se pongan a su disposición; c) organizar la coordinación entre los elementos interesados por el desarrollo de la comunicación y los diversos programas de cooperación y evaluar los resultados de las actividades bilaterales y multilaterales en este campo; d) organizar mesas redondas, coloquios y conferencias para la formación

de planificadores, investigadores y periodistas y en particular de quienes se especializan en el sector internacional; y, e) estar constantemente al corriente de las transferencias de tecnología de la comunicación entre países desarrollados y países en desarrollo, y velar por que tales transferencias se lleven a cabo en condiciones óptimas. La orientación de dicho centro podría quedar definida por un consejo de coordinación tripartito, integrado por representantes de los países desarrollados y en desarrollo, así como de las organizaciones internacionales interesadas. La UNESCO debería emprender un estudio más detenido de esta propuesta, con objeto de que fuera examinada por la Conferencia General en su reunión de 1980.

Hacia una comprensión internacional

El fortalecimiento de la paz, la seguridad y la cooperación internacionales, y la reducción de las tensiones internacionales interesan a todas las naciones. Los órganos de información pueden aportar una contribución importante a la consecución de tales objetivos. En su periodo extraordinario de sesiones dedicado al desarme, la Asamblea General pidió a los órganos de información que se esforzaran más por movilizar a la opinión pública a favor de la suspensión de la carrera armamentista y del desarme. En el mismo sentido que esta declaración, la "Declaración de la UNESCO sobre los principios fundamentales relativos a la contribución de los medios de comunicación de masas al fortalecimiento de la paz y la comprensión internacional, la promoción de los derechos humanos y la lucha contra el racismo, el apartheid y la incitación a la guerra" debería ser el fundamento de las nuevas políticas de comunicación encaminadas a facilitar la comprensión internacional. El nuevo orden mundial de la información y de la comunicación exige una cooperación pacífica entre las naciones y debe llegar a ser un instrumento de tal cooperación.

Recomendamos lo siguiente:

79) Las políticas nacionales de comunicación deberían ser compatibles con los principios adoptados en materia de comunicación internacional y tender a crear un clima de comprensión mutua y de coexistencia pacífica entre las naciones. Los países deberían incitar también a los órganos de radiodifusión y a los demás medios de comunicación internacional de que disponen a contribuir en la mayor medida posible a la paz y a la cooperación internacional y a abstenerse de mantener un espíritu de odio nacional, racial o religioso y de incitar a la discriminación, a la hostilidad, a la violencia o a la guerra.

80) Los problemas de la paz y el desarme, los derechos humanos y el desarrollo y los relativos al establecimiento de un nuevo orden de la comunicación deberían recibir toda la atención que merecen. Se debería invitar a los medios de comunicación social, impresos o audiovisuales, a dar a conocer los documentos importantes de las Naciones Unidas, de la UNESCO, de los movimientos mundiales en pro de la paz y de otras varias organizaciones internacionales y nacionales que se dedican a la paz y al desarme. En los planes de estudio de las escuelas de periodismo se debería reservar un lugar al estudio de estos problemas internacionales y de las ideas que se manifiestan al respecto en el marco de las Naciones Unidas.

81) Se deben promover y fomentar todas las formas de cooperación entre los medios, los profesionales y sus asociaciones para que contribuyan a un mejor conocimiento de otras naciones y de sus culturas.

82) Se impone una gran prudencia y un alto sentido de la responsabilidad cuando se trata de informar sobre acontecimientos internacionales o tensiones o crisis que pueden surgir en tal o cual país. En estos casos, los órganos de información son a menudo uno de los pocos vínculos, o incluso el único, que subsisten entre los grupos combatientes u hostiles. Por consiguiente, es evidente que les incumbe una misión especial, que deben procurar desempeñar con tacto y con objetividad.

Las recomendaciones y sugerencias formuladas en nuestro informe no pretenden abarcar todos los temas y todos los asuntos que requieren reflexión y acción. Pero dan fe de la importancia y la envergadura de las tareas que incumben a todos los países en materia de información y de comunicación, y cuyas dimensiones internacionales constituyen un impresionante desafío para la comunidad mundial.

Nuestro estudio pone también claramente de manifiesto la orientación que debe seguir el mundo si quiere establecer un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación, que se traduzca esencialmente en un conjunto de nuevas relaciones derivadas de los progresos que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación y que deberían redundar en beneficio de todos los pueblos. La clara percepción de ciertos problemas, que es ya patente —por ejemplo, el desequilibrio global de la circulación de la información—, permite pensar que se ha esbozado ya un cambio al respecto. Sin embargo, las posibilidades y las perspectivas que ofrecen unas técnicas y sistemas de comunicación en constante renovación exigen la adopción de medidas deliberadas, para procurar que no se acusen aún más las disparidades ya existentes. Se trata ante todo de procurar que los hombres y las mujeres estén en condiciones de llevar una vida más rica y más intensa.

MacBride, Sean y otros (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo.* Paris, UNESCO y México: Fondo de Cultura Económica (FCE). Reproducción autorizada.

El papel de la información en la comunicación con los pobres de zonas rurales: algunas reflexiones

Extracto de *Un patrón alternativo de educación básica: Radio Santa María*

Emile G. McAnany

Introducción

Durante los últimos años, los países no alineados han celebrado varios simposios sobre el flujo de información entre diversos países del mundo. Confirmaron, como no es de sorprender, que dependían a nivel de la información,[1] tanto como económicamente, de los países avanzados, especialmente Estados Unidos. Para promover un nuevo orden económico, acordaron, en primer lugar, tomar el control de los sistemas de información, tanto para frenar las olas de noticias, programas culturales y otros tipos de información unilateral de los países capitalistas avanzados, cuanto para dirigir sus recursos de información hacia adentro a fin de fomentar el bienestar social y económico de sus propias poblaciones, especialmente de las masas de habitantes pobres de las zonas rurales (véanse ejemplos en Ma Ekonzo y Basri 1976).

Pocos años antes, el Congreso de EE.UU. había encargado al Departamento de Estado (Congreso de EE.UU. 1975) que estableciera como prioridad la asistencia a los países extranjeros más pobres y a la mayoría pobre de dichos países. Robert McNamara

del Banco Mundial propuso una prioridad similar en 1973 y los préstamos de ayuda al desarrollo alcanzaron un récord de casi US$ 9.000 millones en 1978. Una cantidad considerable de dinero proveniente del Banco Mundial se ha gastado en el desarrollo rural para ayudar a aumentar la productividad de los pequeños agricultores y satisfacer necesidades básicas como comida, vivienda, educación y servicios de salud.

Un punto de convergencia entre los países no alineados y los organismos de ayuda internacionales es el creciente reconocimiento de la importancia de la información, la educación y la comunicación (IEC) para promover las metas de mayor bienestar material y mejores servicios sociales para los pobres de las zonas rurales de los países de bajos ingresos. No basta con crear más escuelas o programas de educación no formal para adultos si las necesidades inmediatas de información en la vida cotidiana de estas personas no se satisfacen mediante el acceso a esta información a través de algún tipo de sistema de comunicación. [...].

Algunos supuestos básicos sobre el papel de la información

En *El diseño del desarrollo rural* Uma Lele (1975), economista del Banco Mundial, señala una serie de áreas clave de mejora que tendrían un impacto en la productividad y los ingresos de los campesinos, columna vertebral de la mayoría de los países del Tercer Mundo. Éstas son la extensión agrícola, la participación local de los campesinos, el crédito, la comercialización, los servicios sociales, la administración de proyectos y la capacitación. Si estas áreas se analizan en profundidad, cada actividad contiene un componente de información, que el autor presupone pero que casi no se menciona en el texto. En cuanto a la extensión, por ejemplo, el agente es la fuente básica de información nueva. En la mayor parte del Tercer Mundo, estos agentes son tan escasos que llegan sólo a una fracción de los campesinos, pero podría haber otras maneras, tales como los medios masivos, de difundir la misma información a una cantidad mucho mayor de la población objetivo. La participación local, cuando es una meta intrínseca de un proyecto, se puede promover mediante la comunicación tanto interpersonal como mediática. También depende de un mecanismo de retroalimentación para que la información fluya en ambas direcciones.

El crédito es, evidentemente, un recurso, pero a menudo también es un servicio subutilizado en las zonas rurales, ya que los campesinos pobres y aislados pueden no saber que existe. Informar acerca de la disponibilidad de créditos podría cambiar esta situación. La comercialización depende íntimamente de la información y si el sistema de comunicación es estrictamente de propiedad privada, sólo redunda en beneficio de quienes lo controlan. Un sistema de información de mercado más abierto, la radio quizá, ayudaría a promover la equidad. Los servicios sociales en las zonas rurales son una combinación de recursos materiales e información, se trate de educación para adultos, salud, planificación familiar y nutrición o desarrollo de la comunidad. La administración de los servicios rurales también depende mucho de la comunicación. Por ejemplo, un sistema de comunicación bidireccional, a menudo inexistente en las zonas rurales, podría ayudar al personal de campo a mantenerse en contacto con los jefes centrales del proyecto. Por último, la información es, evidentemente, una actividad mayormente basada en la información.

La intención de este breve ejercicio es ilustrar que casi todas las actividades consideradas esenciales para el desarrollo rural están relacionadas con la información o dependen de ella de alguna manera. El argumento a favor de prestar una mayor atención a este aspecto del desarrollo rural no implica que la comunicación puede sustituir completamente a otros recursos, sino sólo que una mejor combinación entre los recursos materiales y la información podría dar un mejor resultado, quizás a un costo menor.

Hay una serie de supuestos acerca del papel de la información que se deben examinar en profundidad en el contexto de este nuevo planteamiento, por el cual los gobiernos están poniendo un mayor acento en la movilización de los recursos de información nacionales para las metas de desarrollo nacionales, especialmente a favor de la mayoría rural pobre. A continuación se analizarán brevemente algunos de los supuestos más importantes.

Equidad

Existen dos supuestos respecto de las propiedades equitativas de la información que merecen escrutinio en el contexto del Tercer Mundo. La primera característica de la información que parece promover la equidad es que, a diferencia de los recursos materiales, la información (o la educación) no es un fenómeno de ganadores o perdedores absolutos. Dársela a otros no significa que alguien la va a perder. Sin embargo, la información que tiene algún potencial de impacto económico es inmediatamente asimilada por la estructura económica imperante. La información relativa a los procesos manufactureros, e incluso el *know-how* de gestión, tiene propietarios y se vende a los clientes del Tercer Mundo al igual que cualquier otro producto (Goulet 1977, Oettinger 1977). La información, cuando no es "de propiedad" de alguien, está a menudo a disposición de quienes están en el poder para servir a sus propios intereses económicos. Los funcionarios gubernamentales del Tercer Mundo pueden usar su conocimiento de la ayuda internacional para contribuir a que esos recursos se dirijan a las zonas del país donde poseen o pueden adquirir propiedades. La información que se difunde demasiado puede perder su valor económico, al igual que demasiados diplomas de escuela primaria pueden devaluar la inversión en educación de muchas personas del Tercer Mundo.

El segundo supuesto respecto de la equidad que se debe cuestionar es que la información pública de valor potencial llega a todos. Los pobres de las zonas rurales están aislados de la información pública que podría serles útil por una serie de filtros que hace que llegar a ellos sea más difícil que a otros grupos. Por lo tanto, con frecuencia están físicamente aislados, son analfabetos, quizás hablan mal el idioma dominante, si es que lo hablan, no tienen radios y desconfían de la información proveniente de un gobierno que desde tiempo atrás los explota o, en todo caso, no se ha interesado en sus necesidades.

Costo-eficiencia

Se supone, a menudo con razón, que tecnologías como la radio o la prensa pueden proporcionar información pública masivamente, a diferencia, por ejemplo, de la comunicación interpersonal como la que ofrecen los proveedores de servicios sociales. De modo que mientras la radio pueda sustituir o complementar la labor de un trabajador de extensión agrícola, alcanzará a más personas a un costo menor que el trabajador por sí solo. Sin embargo, se debe estudiar cuidadosamente si de lo que carecen la mayoría de los pequeños agricultores es de información o de los recursos necesarios para poner en práctica esa información (Grunig 1971).

Factibilidad

Los gobiernos a menudo suponen que un plan tal y como está redactado se puede convertir directa y fácilmente en acción, con todos los beneficios prometidos de mayor información y educación, a través de los medios, haciendo caso omiso de los antecedentes históricos del índice de éxito o fracaso de estos proyectos y sin tomar en serio las restricciones que, a la hora de la implementación, limitan su impacto. Los planificadores frecuentemente señalan algunos ejemplos de éxito relativo, sin especificar detalladamente los factores particulares que podrían haber contribuido a él.

Modelo de cambio

A menudo se toma por supuesto que los problemas de los pobres de las zonas rurales son de carácter

técnico, no político, y que basta con una planificación cuidadosa y el aporte de recursos para que se puedan resolver a nivel técnico. A menos que todas las limitaciones estructurales se consideren en el contexto político que les dio origen y continuidad, el papel de la información y su impacto se evaluará sólo como un asunto técnico. Pero existen ejemplos del uso de la información para movilizar en masa a los pobres de zonas rurales en Tanzania (Hall 1978) y en Cuba (Fagen 1969) que tienen un contenido altamente político, pero con resultados prácticos en cuanto a salud o alfabetización de adultos. Un supuesto fundamental en cualquier programa es la medida en que el gobierno tiene la voluntad de tomar decisiones políticas para dar lugar al cambio (por ejemplo, las políticas de tenencia de la tierra que son altamente controvertidas). Todo esto es un argumento a favor de la naturaleza dual, tanto política como técnica, del problema.

Índices de cambio

En todo proyecto hay siempre restricciones —internas y externas— que limitan el impacto de la información o la educación a un tope del potencial de cambio que puede darse en un entorno dado. El índice de cambio máximo a menudo no se especifica en los proyectos para los pobres en zonas rurales o se basa en supuestos positivos infundados. Por lo tanto, y a manera de ejemplo, una mayor información, capacitación y crédito para pequeños agricultores que sólo tienen terrenos de entre 4.000 y 8.000 metros cuadrados pueden representar un aumento máximo en su ingreso de, digamos, 6%, aun cuando todo esté funcionando perfectamente en el proyecto de ayuda al agricultor. Puesto que es posible que ya hayan alcanzado la máxima eficiencia en sus pequeños terrenos, no pueden cambiar significativamente su productividad ni sus ingresos sin que ocurran cambios de gran envergadura ya sea en la tenencia de las tierras o en el patrón de cultivo y en las estructuras del mercado. La pregunta, entonces, no es si algún cambio puede tener lugar, sino en qué medida es posible. Y cabe la pregunta adicional de si un cambio pequeño puede resultar contraproducente si retrasa el reconocimiento de la necesidad de un cambio estructural más fundamental.

Si estos supuestos no se examinan a fondo, existe el peligro de hacer promesas falsas sobre los beneficios sustantivos de invertir en información para los pobres de las zonas rurales. Este peligro existe incluso en aquellos países del Tercer Mundo que han asumido el control de su sistema nacional de información y han detenido gran parte del "flujo libre" de información del exterior.

El entorno de la información de los pobres de las zonas rurales

Si a la sociedad postindustrial en los países más avanzados se le denomina una sociedad de la información, donde ésta reemplaza a la energía como componente económico básico (Parker 1976), por contraste los sectores menos desarrollados del Tercer Mundo son los menos ricos en el tipo de información susceptible de tener un impacto económico directo. Sabemos muy poco acerca del entorno de la información de los pobres de las zonas rurales del Tercer Mundo.[2] Nuestros conocimientos son a menudo fragmentados, según los intereses de la disciplina a la que pertenecen los investigadores del caso.

Existe bastante investigación en el área de la economía agrícola y la antropología económica respecto de cómo los pequeños agricultores, u otros en la cadena de comercialización rural, obtienen información y toman decisiones (véanse ejemplos en Myren 1970); hay bastante material publicado sobre la difusión de innovaciones entre los agricultores y otros grupos del Tercer Mundo (Rogers y Shoemaker 1971); y, hay estudios, especialmente entre los antropólogos, sobre cómo los sistemas tradicionales de comunicación funcionan a través de canales como obras teatrales, mimos y pregoneros. Algunos sociólogos y científicos sociales, al estudiar el papel de los medios en el Tercer Mundo, encuentran que los mensajes consumistas de los medios comerciales son más eficaces persuadiendo a los pobres a que compren Coca-Cola o leche en polvo que para que adopten comportamientos nutricionales más positivos (Wells 1972, Beltrán 1976).

No obstante, hay muy pocas pruebas descriptivas sólidas del entorno integral de la información de los pobres en las zonas rurales, o siquiera una buena descripción del proceso de la penetración de los medios masivos en ellas. Sabemos, por ejemplo, incluso de estadísticas nacionales (UNESCO 1978), que tanto la radio como la televisión han crecido exponencialmente durante las últimas dos décadas en todos los países del Tercer Mundo. También existen pruebas parciales que nos permiten suponer que parte de este crecimiento, especialmente de la radio, ha ocurrido en zonas rurales. Pero sólo hay pruebas empíricas dispersas respecto de la exposición de las audiencias rurales, de cuál es el contenido de los mensajes mediáticos (Seyr y Yao 1977) y de cómo podrían afectar la calidad de vida de los usuarios (Contreras 1979).

Con el fin de examinar el papel de la información en la mejora de la calidad de vida de los pobres de las zonas rurales, se debe proponer una taxonomía hipotética del entorno de la información en el que viven.

Entre las formas interpersonales de comunicación a través de las cuales es probable que los pobladores rurales reciban y transmitan información, se encuentran la familia y el vecindario, los mercados y lavaderos públicos, y las fiestas de la aldea. Las redes institucionales abarcarían a la iglesia o red religiosa, la estructura administrativa, el partido político, la escuela, la policía o el ejército y los organismos de servicios del gobierno, como los de extensión agrícola, de planificación de salud y familiar, entre otros, que podrían funcionar en la aldea.

Las formas mediáticas de la comunicación de masas son la radio, el cine, los carteles, los materiales impresos (tales como los periódicos y los folletos) y la televisión. Los medios persona a persona incluyen el teléfono, el télex o telégrafo y los sistemas de correo.

Hay dos conjuntos de preguntas respecto de estas formas de comunicar información en el entorno rural. ¿Qué funciones cumplen los diversos tipos de medios en los distintos entornos rurales y cuán extendidas son las diversas estructuras de comunicación? No hay pruebas empíricas para hacer generalizaciones útiles sobre ninguna de las dos preguntas, de modo que la forma que asume la información en los entornos rurales resulta ser, en gran parte, especulativa.

En el plano interpersonal, la comunicación de una variedad de información ocurre a través de las redes sociales. Su papel en el estudio de la comunicación está ganando cada vez más reconocimiento entre los teóricos (Rogers 1977). Muchas redes sociales, tales como los vecindarios, los mercados tradicionales y los comerciantes o artistas viajantes, forman parte de la estructura tradicional de las comunicaciones rurales y siguen funcionando casi como siempre lo han hecho. Sirven de redes de comunicación para los tipos de contenidos que generalmente circulan en cada vecindario, tales como noticias y chismes, información cultural que refuerza los valores tradicionales e información sobre los precios de los productos locales. Aunque estas redes, así como los medios populares, podrían usarse para transmitir otros tipos de información de desarrollo, todavía no se ha encontrado una fórmula eficaz para aprovechar en gran escala este recurso tan potencialmente rico.

Las instituciones sociales y políticas que normalmente trabajan en las zonas rurales tienen funciones importantes de comunicación. Generalmente, la información sirve para promover la continuidad de las estructuras de la sociedad (en muchas zonas rurales, instituciones como las escuelas, iglesias, ejércitos y administraciones políticas). Sin embargo, algunos tipos de información benefician directamente a los pobladores; por ejemplo, la in-

formación acerca de créditos disponibles para los agricultores o la información sobre salud y nutrición para las mujeres rurales.

El medio de comunicación masiva que es más probable que encontremos entre los pobres de las zonas rurales es la radio. Puede que haya algunos materiales impresos, como una Biblia o el Corán y quizá uno o dos folletos. Es poco probable que los periódicos lleguen regularmente a una aldea aislada y, en todo caso, a no más de unos cuantos hogares, y tampoco es probable que haya un cine, televisión, carteles, telégrafo o teléfono (aunque es posible que algún tipo de servicio de correo lleve correspondencia a los funcionarios locales).

A partir de una mirada al entorno hipotético de la información rural, se puede llegar a la conclusión de que probablemente no hay muchos canales para llevar la información de desarrollo a los pobladores rurales. Hay una serie de redes tradicionales, pero éstas funcionan para fines tradicionales. Los medios modernos, a excepción de la radio, son casi inexistentes. Esto lleva a los analistas a una de varias estrategias para ayudar a los pobres en las zonas rurales: (1) intentar usar los medios y las redes tradicionales para introducir información nueva y cambios de comportamiento; (2) intentar colocar más agentes de información en las instituciones de servicios de agricultura, salud, educación y desarrollo de la comunidad; o, (3) intentar aumentar la disponibilidad de información a través de la radio u otro medio masivo, si se pudiera distribuir más extensa y equitativamente.[3]

Restricciones para un programa de información/comunicación

Son muchos los problemas o las restricciones que se enfrentan al tratar de mejorar los niveles económicos y sociales de los pobres en las zonas rurales. Aquí sólo es posible mencionar algunos de los más generales.

Restricciones políticas

Un indicador muy bueno de la prioridad que un gobierno le ha concedido a un programa social es el presupuesto asignado. Los pobres de las zonas rurales rara vez están entre las prioridades de nadie, pero, cuando lo están, son tan numerosos que los proyectos, que a menudo son programas piloto, tienen poco impacto en el problema global. Representan, por definición, la proporción de la población (el porcentaje que uno quiera escoger, sea 30, 50, 70 ó 90 por ciento) que es más difícil de alcanzar y que tiene la menor educación, las peores condiciones de salud, los ingresos en efectivo más bajos y el menor número de recursos materiales, tales como la tierra. Esto de inmediato hace que no sólo sea más difícil comunicarse con los pobres de las zonas rurales, sino que también —aunque los políticos a menudo no quieren reconocerlo— sea más costoso. Para la mayoría de los gobiernos, el primer problema que se presenta a la hora de atender a los pobres de las zonas rurales es el dilema del costo. Los proyectos de comunicación para estas personas pueden prometer ahorrar dinero, pero a menudo los costos se basan en comparaciones con la transmisión de información a audiencias urbanas o a la altamente motivada elite rural, no a las masas difíciles de alcanzar de los pobladores rurales.

El segundo problema es saber cuánta diferencia puede hacer la información en las restricciones estructurales de las zonas rurales. Es posible que los conocimientos agrícolas, como se ha mencionado, no puedan lograr ningún impacto significativo en la productividad de un granjero pequeño que ya rinde casi en su máxima eficiencia (Daines 1975, O'Sullivan 1978). Otro problema estructural relacionado con la tenencia de la tierra es el creciente número de campesinos sin tierra en las zonas rurales. Para ellos, gran parte de la información sobre la agricultura podría ser inútil. No se les necesita en los terrenos muy pequeños, donde el propietario y la familia hacen el trabajo, y no pueden ser asimilados a las fincas más grandes, donde se invierte en más tecnología, no en más mano de obra. Aun cuando no se vean desplazados a la ciudad, el tipo de información que comúnmente se difunde les es irrelevante, porque cualquier aumento en la productividad que resulte de la aplicación de nuevos conocimientos redundará en beneficio de su empleador, no de en el suyo.

El tercer problema es la credibilidad de la fuente de información. Si los pobres están en el nivel más bajo del sistema social, tendrán un prejuicio intrínseco contra la información proveniente de fuentes gubernamentales, salvo que el gobierno haya tomado algunas medidas claras para mejorar la situación de los pobres. El peligro que los pobres pueden ver en la información del gobierno es que ésta sirva a intereses políticos o sea para beneficio propio del gobierno, y que simplemente sea una manera de sustituir con palabras las acciones concretas que podrían ayudar a la población rural.

Estas primeras tres restricciones sugieren que la manera de enfocar una "solución" al problema de los pobres en las zonas rurales es política y está enraizada en la historia del país y las estructuras que siguen apoyando el statu quo. No obstante, la solución política no es el único aspecto importante, ya que también se deben tomar en cuenta las restricciones técnicas. En el supuesto mencionado anteriormente respecto del índice de cambio, se ha hecho referencia a en qué medida es posible una solución técnica, dado el conjunto de restricciones políticas, y cuánto espacio para maniobrar habría en esa situación.

Restricciones técnicas

Si fuera apropiado suponer que el gobierno está dispuesto a invertir una cantidad razonable de dinero en las zonas rurales, pero no puede o no está dispuesto a realizar cambios estructurales básicos, existen restricciones técnicas que pueden impedir incluso la cantidad relativa de cambio posible. Estas restricciones son mayormente de tipo interno y se refieren a la eficiencia y eficacia con que funciona el proyecto, mientras que las restricciones mencionadas anteriormente son externas y no se refieren a los objetivos a corto plazo sino a las metas de más largo plazo de los proyectos.

A nivel de la planificación, los proyectos de comunicación para el desarrollo a menudo pasan por alto los principios más elementales al momento de definir metas que se basen en las necesidades objetivas de los pobladores. Más aún, a menudo las metas no son realistas en sus ambiciones. Con frecuencia, existen pocas pruebas empíricas de los supuestos empíricos que sustentan la meta final de un proyecto. Por ejemplo, un proyecto de radio para temas agrícolas puede suponer que los pobres de las zonas rurales poseen suficientes radios como para que un gran número de personas escuchen los mensajes, o que la mayoría de las personas hablan el idioma de la transmisión suficientemente bien como para recibir los mensajes, o que la información, una vez aplicada, puede conducir a una mayor productividad independientemente del tamaño de la mayoría de los terrenos agrícolas en la zona. Con una planificación cuidadosa, muchos de estos supuestos se podrían verificar antes de proceder a la implementación, pero frecuentemente no se llegan a hacer estos estudios de planificación.

La ausencia de un liderazgo relevante en un proyecto podría ser una restricción importante que obstaculice tanto la planificación como la implementación. Un proyecto en Guatemala que perdió a su líder original tomó dos años en decidir claramente cuáles eran los objetivos que deseaba perseguir. Por contraste, el éxito del proyecto de radio Acción Cultural Popular (ACPO) de Colombia durante sus 30 años de existencia se debe, en gran parte, al liderazgo de su fundador.

A nivel institucional, los proyectos de comunicación abarcan una serie de burocracias rivales, tales como las de radio y teledifusión, educación, agricultura y salud, por mencionar sólo las más comunes. Los intentos de coordinación no han funcionado *bien*

en proyectos de educación rural en Brasil y Guatemala (McAnany y Oliveira, de próxima aparición; O'Sullivan 1977) ni en Costa de Marfil (Lenglet 1976). Parece más fácil definir metas más estrechas bajo la jurisdicción de una sola institución que ampliar el alcance de la comunicación rural y correr el riesgo de que surjan problemas como resultado de responsabilidades compartidas y rivalidades burocráticas. Sin embargo, el método integrado de desarrollo rural podría tener beneficios importantes si se pudieran superar las restricciones institucionales. Los pequeños grupos privados autónomos a menudo pueden sacar adelante una estrategia más integrada, pero una a escala más limitada (White 1976).

Las estrategias de enseñanza y aprendizaje cuidadosamente planificadas y ejecutadas que han dado buenos resultados en la educación formal, no han mostrado un desarrollo comparable con adultos rurales en las áreas de aprendizaje menos formales de la agricultura, salud, nutrición y similares. Quedan interrogantes sobre la programación secuencial frente a la no secuencial, las audiencias organizadas frente a las abiertas, los enfoques motivacionales frente a los didácticos, y los modos de recepción activos frente a los pasivos, todos los cuales deberán ponerse a prueba en el contexto de audiencias adultas rurales.

Encontrar la mejor manera de organizar a la audiencia para promover la receptividad y las acciones de seguimiento es, en la mayoría de los casos, tanto una necesidad evidente cuanto una restricción básica. Esman (1974) considera que organizar a los pequeños agricultores en grupos cooperativos es esencial para lograr ayudarlos a aumentar su productividad agrícola. Pero organizar a los pobres de las zonas rurales supone enfrentar los problemas técnicos de crear y financiar una estructura donde no había ninguna, así como ganarse la confianza y lealtad de gente que desde tiempo atrás desconfía de los organismos externos. Existe también un problema político importante al momento de organizar a un grupo: la mayoría rural es muy sensible. Se teme la movilización generalizada de los pobres en las zonas rurales. Elliot (1974) habla sobre la dificultad que la creación de grupos de animación en las zonas rurales de Costa de Marfil causó al gobierno, y que resultó en su eliminación.

Muchos proyectos rurales están restringidos no sólo por la ausencia de liderazgo, sino también de personas capacitadas en áreas como la planificación pedagógica y la producción y evaluación de las emisiones de radio y televisión. Esto se debe, en parte, a la escasez general de personas capacitadas para cualquier tipo de proyecto de desarrollo rural y, en parte, a las capacidades especializadas en radio y teledifusión y comunicaciones que se requieren en este caso. Una vez que las personas reciben cierta capacitación en estas áreas, a menudo son contratadas por el sector privado o por otros organismos del gobierno. También queda claro que, a menos que las personas hayan asumido un compromiso personal con el trabajo, es menos probable que permanezcan en proyectos rurales que en proyectos más urbanos.

La restricción burocrática es de gran relevancia para la administración de proyectos *rurales* y puede ser responsable de gran parte de la ineficiencia y fracaso que se ve en la literatura sobre proyectos de desarrollo rural. No hay respuestas fáciles para evitar o mejorar esta situación. El tamaño del proyecto puede ser un aspecto del problema, pero el compromiso con un conjunto de metas comunes podría también ser un elemento importante. Semejante compromiso se da rara vez en las estructuras burocráticas gubernamentales.

Hay una última restricción a la que ya se ha aludido, pero que vale la pena mencionar por separado. Se refiere a la participación de los pobladores rurales en los proyectos dirigidos a ellos. Existen una serie de declaraciones de políticas de parte de instituciones de crédito, así como de políticos de gobiernos del Tercer Mundo, respecto de la participación de los pobladores rurales en su propio desarrollo. Hay muchos significados y grados de participación, así

como formas de medirla, pero el punto de partida básico se refiere a quiénes y cuántos de la audiencia objetiva participan en el proyecto. Muchos proyectos rurales simplemente han alcanzado a demasiado pocas de las personas apropiadas como para haber tenido algún impacto significativo en los problemas de los pobres de las zonas rurales. La autoselección es el problema de la mayoría de los proyectos de este tipo. Cuando hay información disponible, es más probable que quienes lleguen a aprovecharla sean los que están en una situación relativamente más acomodada. Este fenómeno es claro en los proyectos de comunicación en los que la información o educación están a la libre disposición de todos, pero sólo algunos las aprovechan. El resultado es una profundización de la brecha del conocimiento entre las diferentes clases sociales. Lo mismo sucede en otros tipos de intervenciones donde se ofrecen servicios u otros bienes públicos, como es el caso de la adopción de innovaciones (Rolling, Ascroft y Chege 1976). A menos que se encuentre alguna manera de superar el sesgo estructural contra la participación de los pobres de las zonas rurales mediante una estrategia cuidadosamente planificada para reducir el sesgo hacia la autoselección, los programas dirigidos a ellos no sólo no tendrán éxito, sino que hasta podrían ser contraproducentes, al dejar a los pobres en una situación relativamente peor que antes. [...].

El impacto de la información: potencial y real

A veces la educación se concibe como un entrenamiento en cómo procesar un espectro más amplio de información. Uno de los problemas al no hacer sino dejar que simplemente haya más información disponible en las zonas rurales es que los pobres de estas zonas generalmente son analfabetos o no tienen mucha educación formal, por lo que su capacidad de aprovechar la información nueva podría ser limitada. Sin embargo, con la propagación de los medios de comunicación no impresos, tales como la radio y la televisión, la información puede hacerse más accesible por medio de mensajes verbales y audiovisuales, en lugar de los codificados en lenguaje impreso.

Una segunda consideración es la posibilidad de sustituir los medios masivos por costosos agentes de extensión en las zonas rurales. La productividad agrícola, por ejemplo, se podría mejorar sustantivamente con visitas regulares de un agente de extensión a los agricultores. Pero si el agente sólo puede visitar a una pequeña fracción de su clientela potencial, como sucede a menudo, la radio podría difundir la información más ampliamente. En la educación sobre la salud o la nutrición, información vital para la medicina preventiva podría sustituir a los educadores de salud, cuya escasez es crónica. Se puede hacer el mismo análisis respecto de la nutrición, la educación y el desarrollo comunitario.

Como apoyo para los trabajadores de campo, la información en forma de mensajes didácticos no formales, organizados y presentados apropiadamente, puede ser un buen complemento para un líder de grupo o un trabajador de campo con poco entrenamiento. Esto es particularmente cierto en los programas de educación donde, aunque las habilidades del maestro sean limitadas, éste podrá guiar a los alumnos para que sigan una especie de autoeducación que puede ser muy efectiva.

Es importante que estas dos estrategias de sustitución de los trabajadores de desarrollo o de apoyo a los mismos con mensajes mediáticos adicionales se consideren seriamente, ya que si se aplican debidamente, podrían significar un ahorro ostensible en los costos y una mayor eficacia de los proyectos rurales.

Hay que preguntarse qué pruebas existen o se pueden elaborar para probar la validez de las estrategias de sustitución y complemento arriba sugeridas. En cuanto a la productividad agrícola, encontramos en Lockheed, Jamison y Lau (de próxima aparición) y Ashby y otros (1977) pruebas constantes de una relación positiva, aunque pequeña, entre la educación

y la productividad agrícola. Lo mismo es cierto, en menor grado, respecto de la información, las visitas de los trabajadores de extensión y algunas formas de educación no formal (por ejemplo, la alfabetización). Si los proyectos pueden impartir masivamente información agrícola apropiada a través de la radio a un número sustancial de oyentes rurales, entonces es posible que esta exposición produzca algunos beneficios. Hay algunas pruebas de esto en un proyecto rural en Guatemala (Academia de Desarrollo Educacional 1978).

En los campos del cuidado de la salud, la educación en salud y nutrición, y la planificación familiar hay muchas menos pruebas, aunque parecería que el potencial sería mayor que para la agricultura. Esto se debe a que es posible adoptar prácticas de salud sin tantos recursos como en la agricultura, donde los resultados no sólo dependen de las prácticas, sino de los recursos (créditos) para comprar fertilizantes, semillas, pesticidas, herramientas y otros. White (1977), por ejemplo, halló que en un grupo de aldeas hondureñas que recibían información de salud y agrícola de una estación de radio local, las prácticas de salud se empleaban con una frecuencia mucho mayor que las agrícolas, supuestamente —tal como cree el autor— porque costaba poco o nada adoptar las prácticas de salud.

La educación sobre la nutrición y sobre el medio ambiente (en lo relativo a letrinas, suministro de agua y otros similares) son dos áreas de alto potencial en las que mejoras ligeras tendrían consecuencias en la calidad de vida mucho más extensas de lo que podría parecer. Una mejora en las prácticas de nutrición podría tener un efecto indirecto, pero sustantivo, en el tamaño, la mortandad y el crecimiento cognitivo de los niños, mientras que mejoras en el agua y la letrinización pueden ayudar a mejorar la salud y aumentar la productividad agrícola y el nivel de empleo. Hall (1978) presenta un estudio de caso de una movilización masiva de casi dos millones de pobladores rurales en Tanzania para una campaña radial de salud pública, cuyos beneficios a corto plazo incluían la construcción de aproximadamente 750.000 letrinas. Los programas experimentales en el uso de anuncios de radio en varios países del Tercer Mundo (Ecuador, Filipinas y Nicaragua) para que las madres adopten prácticas nutricionales sencillas, también parecen haber tenido buenos resultados (Cooke y Romweber 1977).

Por último, en el área de la educación no formal en temas de agricultura, salud, alfabetización y similares, se ve un uso relativamente alto de la información. Ha habido una serie de esfuerzos por usar tecnologías de comunicación de bajo costo, especialmente la radio, para educar a los pobres de las zonas rurales (Spain, Jamison y McAnany 1977; Jamison y McAnany 1978). Hay varios ejemplos en la República Dominicana (White 1976), Nicaragua (Suppes, Searle y Friend 1978) y Tanzania (Hall 1978), en los que los resultados han sido alentadores.

Se han mencionado algunos ejemplos de proyectos rurales que han logrado difundir mejor información a las zonas rurales, pero es necesario examinar atentamente las circunstancias de cada proyecto y calcular su potencial de mejorar la vida de los pobres de las zonas rurales. El contexto estructural es algo que afecta el resultado de toda estrategia de comunicación y modifica considerablemente el beneficio potencial de la mayoría de los proyectos. Por ejemplo, Spain (1977) alega que aunque pudiéramos educar a los niños de las zonas rurales de México para que terminen la escuela primaria, el entorno rural no ofrecería empleo para esos graduados. El impacto positivo de la educación y la información en la productividad agrícola podría resultar mucho menor si consideramos las fincas tradicionales de subsistencia por separado, en lugar de agrupar las fincas grandes y medianas con los terrenos muy pequeños. Investigadores mexicanos encontraron que, en una segunda prueba del impacto de su versión de "Plaza Sésamo" en zonas rurales de México, no se replicaron los hallazgos positivos que se encontraron entre los pobres de Ciudad de México (Díaz-Guerrero y

otros 1976). Grunig (1971) halló que, entre campesinos colombianos, aunque la información puede ayudar a una persona a adaptarse a una situación en proceso de cambio, «poco puede hacer para cambiar la situación». Los pequeños agricultores de subsistencia quizá no carezcan de información, pero a menudo no pueden usarla de una forma productiva a causa de restricciones estructurales, tales como el tamaño del terreno o la falta de crédito. El principio para planificar estrategias de información que beneficien a los pobres parece ser que se debe hacer un cálculo cuidadoso del índice de cambio potencial en la zona objetivo de cada proyecto.

Opciones de políticas respecto del papel de la información

Hay dos maneras de analizar los problemas de los pobres en las zonas rurales: un análisis político de los factores que han causado y que siguen coadyuvando a mantener a los pobres "en su lugar", y un análisis del problema que busque una solución técnica a la situación. Una solución que implique uno aislado del otro no es satisfactoria. Se ha sugerido que se hagan los dos tipos de análisis y, en última instancia, el problema requiere de una solución integrada tanto política como técnica. En los países que, a nivel político, han optado seriamente por poner en práctica la equidad, el análisis técnico puede ser de ayuda para alcanzar la meta de desarrollo más eficazmente. Tanzania, por ejemplo, ha tratado de llevar los beneficios de su principio de equidad a las masas rurales por medio de campañas de movilización por radio. En aquellos países donde la equidad no es una prioridad, los pobres de las zonas rurales podrían beneficiarse de un planteamiento técnico meticuloso de la estrategia de información. En determinados momentos históricos, incluso los gobiernos orientados a mantener el statu quo podrían permitir que sus propios organismos o grupos privados promuevan programas que traten de movilizar el desarrollo de la población rural. Pero el contenido de la campaña podría crear diferencias políticas, ya que una campaña rural de educación en salud y nutrición podría chocar menos con los intereses creados en las zonas rurales que una campaña agrícola que dicte la necesidad fundamental de una reforma agraria.

Hay dos conjuntos de recomendaciones de políticas que se deben mencionar brevemente en este contexto: las que ayudan a asegurar las posibilidades de que proyectos de IEC beneficien a las personas apropiadas en las zonas rurales (es decir, los pobres y los agricultores en una situación relativamente mejor), y las que aseguran que los proyectos de IEC logren un resultado más eficaz, independientemente de la selección.

Hay que plantear ciertas condiciones previas a nivel político y administrativo para la planificación de los proyectos de IEC:

1. Debe existir un compromiso político serio por parte del gobierno de mejorar las condiciones de los pobres de las zonas rurales (una medida importante, aunque no exclusiva, es el compromiso presupuestario).
2. El proyecto no debe ser un proyecto piloto, sino más bien contar con la participación de un número de personas suficiente como para que sea difícil, si el proyecto tiene éxito, que un gobierno futuro lo suspenda.
3. Debe haber un mecanismo claro y concreto para lograr la participación de la audiencia objetivo (participación en la planificación, implementación, definición de necesidades y repartición de los beneficios).
4. Debe tratarse de un planteamiento integral que abarque varias áreas de necesidad rural (por ejemplo, educación en salud, prácticas agrícolas, educación en nutrición, higiene ambiental) para fomentar una participación más amplia de la población rural.

Todas estas disposiciones son aplicables tanto a los gobiernos que han buscado soluciones políticas y

técnicas a la pobreza rural como a los que buscan solamente una solución técnica. A nivel de la planificación técnica, se pueden hacer varias recomendaciones:

1. Se deben analizar las diferentes áreas sustantivas de los proyectos de cambio rural (por ejemplo, salud y nutrición, agricultura, alfabetización, pequeña industria y otros similares) en las que se pueden observar más claramente las ventajas comparativas de los recursos físicos y la información.
2. Se deben analizar cuidadosamente las tareas de las áreas que se presentan como más prometedoras para una estrategia de sustitución y segmentación de información para ver qué parte puede beneficiarse más de la información (por ejemplo, en salud la información puede ayudar más a reducir la diarrea infantil que la "ceguera de los ríos").
3. Se deben estudiar los mecanismos de autoselección de las audiencias rurales y, posteriormente, monitorear la difusión de la información y los recursos a fin de que los planificadores del proyecto aseguren no sólo que se seleccione a las personas apropiadas, sino que éstas continúen recibiendo los servicios.
4. Se debe hacer un estudio a nivel de políticas de desarrollo rural para decidir si sería más beneficioso invertir en un mayor número de proyectos privados más pequeños o en un menor número de proyectos de gran escala del gobierno.
5. Debe hacerse una evaluación no sólo de los beneficios a más corto plazo, sino también de los beneficios a más largo plazo de los proyectos de IEC en cuanto a su impacto en la equidad rural.

Actualmente, se presta mucha atención al tema de un orden económico ya internacional y al de un nuevo orden mundial de la información. Si los países del Tercer Mundo logran liberar sus sistemas de comunicación de la influencia y el control desproporcionados de los países metropolitanos, enfrentan la etapa fundamental de transformar su infraestructura de comunicación en un sistema que, a su vez, ayude a crear una mejor base económica para su población. La mayoría de los países enfrenta la tarea de gran envergadura de tratar de nivelar las diferencias entre sus poblaciones urbanas y rurales. El papel que la información podría desempeñar en esta tarea de ayudar a la población rural a tener vidas más productivas y saludables depende no sólo de las decisiones políticas respecto de la lucha por eliminar los obstáculos estructurales para el crecimiento, sino también de la decisión de usar sus propios recursos de información de la manera más apropiada en el curso de esa lucha.

Notas

1 La información en el contexto de las declaraciones internacionales no es un concepto claro. Pero, además de los obvios mensajes culturales de la radio, la televisión y el cine de entretenimiento, los voceros oficiales parecen también incluir información relevante para resolver problemas en la agricultura, nutrición y similares; es en este sentido que este trabajo la entiende. Hay, adicionalmente, importante información tecnológica registrada que los intereses comerciales e industriales controlan pero, desafortunadamente, es un tema al que no se alude en el contexto de las reuniones internacionales sobre información.

2 Nuestro conocimiento del entorno de la información de los pobres en Estados Unidos es mucho mejor investigado, si bien las soluciones prácticas a las brechas del conocimiento, incluso para los pobres de los EE.UU. que tienen algún acceso a la información, aún no parecen próximas (Dervin 1978).

3 El uso de sistemas bidireccionales, tales como teléfonos y radios bidireccionales, apenas han comenzado a probarse en algunos lugares. El costo del acceso a esos canales ha sido un obstáculo para un más amplio uso previo. Resta por ver si los beneficios de la comunicación bidireccional pueden justificar los costos (Parker 1978).

Bibliografía citada

Academia de Desarrollo Educacional (1978). "The Basic Village Education Project, Guatemala: Final Report". Washington, D. C., ADE.

Ashby, J.; Klees, S.; Pachico, D. y Wells, S. (1977). *Agricultural Development and Human Capital: The Impact of Education and Communications*. Palo Alto, California, EDUTEL.

Beltrán, L. (1976). "TV Etchings in the Minds of Latin Americans: Conservatism, Materialism and Communism". Ponencia leída en la conferencia de la Asociación Internacional de Investigación de la Comunicación de Masas. Leicester, Reino Unido.

Congreso de los EE.UU. (1975). Comité de Relaciones Internacionales. Implementación de "New Directions in Development Assistance". Informe elaborado por la Agencia de los EE.UU. para el Desarrollo Internacional, 94° Congreso, 1ª sesión, 22 de julio.

Contreras, E. (1979). "Communication, Rural Modernity and Structural Constraints". Tesis de doctorado, Stanford, California, Stanford University.

Cooke, T., y Romweber, S. (1977). *Radio Advertising Techniques and Nutrition Education: A Summary of Field Experiments in the Philippines and Nicaragua*. New York, Manoff International.

Daines, S. y Howell, H. (1975). "Guatemala Farm Policy Analysis". Washington, D. C., Agencia de los EE.UU. para el Desarrollo Internacional, Oficina de América Latina.

Díaz-Guerrero, R.; Bianchi, R. y Ahumada de Díaz, R. (1975). *Investigación formativa de Plaza Sésamo: una introducción a las técnicas de preparación de programas educativos televisados*. México, Editorial Trillas.

Elliot, H. (1974). "Animation Rural and Encadrement Technique in the Ivory Coast". Documento de consulta N° 40. Ann Arbor. University of Michigan, Center for Research on Economic Development.

Esman, M. (1974). "Popular Participation and Feedback Systems in Rural Development". En *Communication Strategies for Rural Development: Proceedings of the Cornell-DIAT Symposium*. Ithaca. New York, Cornell University Press.

Fagen, R. (1969). *The Transformation of Political Culture in Cuba*. Stanford, California, Stanford University Press.

Goulet, D. (1977). *The Uncertain Promise: Value Conflicts in Technology Transfer*. New York, IDOC/North America.

Grunig, J. (1971). "Communications and Economic Decision Making of Colombian Peasants" en *Economic Development and Cultural Change*, N° 18.

Hall, B. (1978). *Mt Ni Afya: Tanzania's Health Campaign*. Washington, D. C., Academia de Desarrollo Internacional.

Lele, U. (1975). *The Design of Rural Development: Lessons from Africa*. Baltimore, Johns Hopkins University Press.

Lenglet, F. (1978). "Out of School Educational Television in the Ivory Coast: Its Effectiveness in Rural Development". Tesis de doctorado. Stanford, California, Stanford University.

Lockheed, M.; Jamison, D. y Lau, L. (de próxima aparición). "Farmer Education and Farm Efficiency: A Survey" en *Economic Development and Cultural Change*.

Ma Ekonzo, E. y Basri, T. (1976). "Final Report of the Second Committee: Role of Information in Consolidating Economic and Social Cooperation among Nonaligned Nations". Informe del Simposio de las Naciones No Alineadas sobre la Información. Túnez, marzo.

McAnany, E. y Oliveira, J. (de próxima aparición). "The SACI/EXERN Project in Brazil: An Analytical Case Study). París, UNESCO, Informes y Monografías sobre la Comunicación de Masas.

Myren, D. (ed.) (1970). *Strategies for Increasing Agricultural Productivity on Small Holdings*. México D. F., Centro Internacional de Mejoramiento del Maíz y el Trigo.

O'Sullivan, J. (1977). Comunicación personal.

O'Sullivan, J. (1978). "Rural Development Programs among Marginal Farmers in the Western Highlands of Guatemala". Tesis de Doctorado Stanford, California, Stanford University, Institute for Communication Research.

Oettinger, A. y Legates, J. (1977). "International Formation and Communication Issues: An Overview and International Security" en *Congressional Record*, Vol. 123, N° 101, 13 de junio.

Parker, E. (1976). "Social Implications of Computer/Telecommunications Systems" En un estudio informativo de la OCDE: Conferencia sobre informática/telecomunicaciones. París, OCDE.

Rogers, E. (1977). "Network Analysis of Diffusion of Family Planning Innovations" en Holland, P.W. y Leinhardt, S. (eds.) *Social Networks: Surveys, Advances and Commentaries*. New York, Academic Press.

Rogers, E. M. y Shoemaker, F. (1971). *Communication of Innovations: Across Cultural Approach*. New York, Free Press.

Rolling, N.; Ascroft, J. y Chege, F. (1976). "The Diffusion of Innovations and the Issue of Equity in Rural Development" en *Communication Research*, Vol. 3, N° 2.

Rolling, N.; Ascroft, J. y Chege, F. (1978). "Success or Failure of Communication Technology in the Third Word: By What Criteria Shall We Judge?". Ponencia leída en la conferencia de la UNESCO sobre Análisis Económico para Decisiones de Tecnología Pedagógica. Dijon, Francia.

Seyr, P. y Yao, F. (1977). *Television for the Rural African Village: Studies of Audiences and Impact in the Ivory Coast*. Washington, D. C., Academia de Desarrollo Educacional.

Shore, I. (1978). "Mass Media for Development: A Reexamination of Access, Exposure and Impact" en McAnany, E. (ed.) *Communication with the Rural Poor of the Third World: Does Information Make a Difference?*. Stanford, California, Stanford University, Institute for Communication Research.

Spain, P.; Jamison, D. y McAnany, E. (eds.) (1977). *Radio for Education and Development: Case Studies*. Documento de trabajo 266, 2 vols. Washington, D. C., Banco Mundial.

Suppes, P.; Searle, B. y Friend, J. (eds.). *The Radio Mathematics Project: Nicaragua 1976-1977*. Stanford, Institute for Mathematical Studies in the Social Sciences, Stanford University.

UNESCO (1978). Anuario Estadístico, 1976. París, UNESCO.

Wells, A. (1972). *Picture-Tube Imperialism? The Impact of U.S. Television in Latin America*. Maryknoll, New York, Orbis Books.

White, R. (1976). "An Alternative Pattern of Basic Education: Radio Santa Maria". Serie Nº 30. UNESCO, Instituto para la Educación, Experimentos e Innovaciones en la Educación.

White, R. (1977). "Mass Communication and the Popular Promotion Strategy of Rural Development in Honduras" en Spain, P.; Jamison, D. y McAnany, E. (eds.) *Radio for Education and Development: Case Studies*. Documento de trabajo 266, 2 vols. Washington, D. C., Banco Mundial.

McAnany, Emile G. (1980). "The Role of Information in Communicating with the Rural Poor: Some Reflections". Extracto de An Alternative Pattern of Basic Education: Radio Santa Maria en McAnany, Emile G. (ed.) *Communications In The Rural Third World: The Role of Information In Development*. Ablex Publishing. Reproducción autorizada por Greenwood Publishing Group, Inc., Westport, Connecticut.

Las artes escénicas filipinas como comunicación para el desarrollo

Extracto de *Continuidad y cambio en los sistemas de comunicación: una perspectiva asiática*

Víctor Valbuena

«Una de las principales funciones de las artes como comunicación es la de transmitir y reforzar las convicciones, costumbres y valores. En algunas tradiciones artísticas, dicha función puede extenderse a la instrucción o la propaganda».

Ralph L. Beals

Con el cambio en la estructura política de las Filipinas en 1972, se produjo un cambio en el sistema de comunicaciones, especialmente en la operación y utilización de los diversos medios de comunicación. Se impuso una ideología en el sistema de comunicaciones que llevó a reorientar los medios: de una concentración en el entretenimiento a la inclusión de información, educación y, también, propaganda. Esta ideología exigió un ordenamiento eficaz de todos los recursos y servicios disponibles para apoyar los planes de desarrollo del país. Los planificadores de desarrollo locales reconocieron que la comunicación, como actividad intensificada y organizada, es un recurso de gran potencial para motivar el apoyo popular y la acción positiva respecto de las metas nacionales de desarrollo. Por lo tanto, una política de comunicación para el desarrollo nacional debe ser el principal ímpetu de la red de comunicaciones del país para que tenga alguna trascendencia en la formación del futuro de las Filipinas.

Las *artes escénicas*, como medio y como parte de todo el sistema de comunicación, deben asumir una dimensión mayor y desempeñar un papel desafiante orientado a un aprovechamiento más trascendente de su potencial.

Marco conceptual

El concepto de utilizar las artes escénicas como canal para la comunicación orientada hacia el desarrollo se deriva de una síntesis de la filosofía básica de la comunicación para el desarrollo según las definiciones de Quebral (1972), Jamias (1973, 1975), Mercado (1976) y Rosario-Braid (1979). Quebral define la comunicación para el desarrollo como «el arte y la ciencia de la comunicación humana aplicados a la rápida transformación de un país y la masa de su población, de la pobreza a un estado dinámico de crecimiento económico que hace posible una mayor igualdad y una más plena realización del potencial humano». Jamias establece categóricamente los conceptos principales que caracterizan a la comunicación para el desarrollo: tiene un propósito, está cargada de juicios de valor y es pragmática. Por lo tanto, los resultados de la comunicación para el desarrollo se deben juzgar según los criterios establecidos por el comunicador en función de objetivos conductuales específicos.

Mercado define la comunicación para el desarrollo como un «proceso incremental que empieza con la difusión de la información y las tecnologías nuevas que estimulan a las personas a crear en el entorno las condiciones que favorezcan la máxima productividad y la mejora del bienestar general». Rosario-Braid dice que la comunicación para el desarrollo exige que el personal de comunicación vaya más allá de su papel tradicional: «El papel del comunicador será el de potenciar a las personas para que expresen sus aspiraciones a través de los medios de comunicación disponibles y ayudarlas a lograr una mayor productividad».

El carácter intencionado de la comunicación es algo que todas estas definiciones comparten; es decir, su propósito de influir en el conocimiento, la actitud y el comportamiento con la meta de mejorar la calidad de vida del ser humano. Se presupone que la información, la instrucción y la comunicación persuasiva o motivadora son los insumos cuidadosamente planificados del desarrollo. En todos los casos, se emplea un método de canales múltiples, donde las diversas formas de las artes escénicas encajan en el esquema general de la estrategia de comunicación. El teatro se puede utilizar como medio para transmitir los mensajes a grupos específicos de audiencias y reforzarlos, a fin de que aprendan a participar consciente y activamente en la consecución de los objetivos nacionales de desarrollo que contribuyen a su bienestar general y a la mejora de su entorno.

Las artes escénicas como comunicación para el desarrollo

En 1979, el autor del presente trabajo realizó un estudio (Valbuena 1980) en el que demostró que, durante el periodo 1972-1979, las diversas formas de las artes escénicas se utilizaron extensamente como canal de comunicación para el desarrollo en las Filipinas. Específicamente, el estudio se propuso responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué tipos de artes escénicas se han utilizado como canales de comunicación para el desarrollo en las Filipinas?
2. ¿Cuál ha sido el alcance de su utilización? ¿Se han integrado en otros medios de comunicación o extendido a través de otros para apoyar los programas nacionales de desarrollo?
3. ¿Cuál ha sido su impacto en la consecución de las metas nacionales de desarrollo?

4. ¿Qué perspectivas hay de un mayor desarrollo de estas artes escénicas a fin de maximizar su valor para el desarrollo nacional?

El estudio se basó en encuestas, estudios de casos, análisis de documentos y observación de participantes. Llevó a la conclusión de que, efectivamente, a lo largo de los últimos ocho años se han utilizado ampliamente diversas formas de artes escénicas en las Filipinas como un canal de comunicación para el desarrollo. La eficacia de las entidades individuales variaba, pero su influencia global fue extensa.

Entre 1972 y 1979 se demostró que por lo menos siete formas de artes escénicas existentes en las Filipinas fueron canales viables de comunicación para el desarrollo: el teatro, la zarzuela, el *cancionan*, el *balagtasan*, el *balitao*, el *bantayonon* y el teatro de títeres.

Teatro. Presentaciones de obras de teatro de un solo acto, generalmente de tipo telenovela, son parte normal de muchas fiestas lugareñas filipinas. Las obras con mensajes morales son muy populares entre el público filipino, especialmente en las zonas rurales. El teatro tiene una función más seria que la del mero entretenimiento en las Filipinas. Ver una presentación dramática es una oportunidad de adquirir nuevas perspectivas sobre la vida, de aprender lecciones sobre las relaciones entre los hombres y sus repercusiones en el bienestar tanto personal como comunitario. Por lo tanto, las tramas de muchas obras de teatro filipinas suelen tratar sobre un joven rebelde que regresa al seno de su familia, un marido mujeriego que regresa donde su esposa y su familia, un terrateniente rico y el arrendatario pobre y explotado, y los conflictos entre los jóvenes y los mayores, entre los nuevos valores emergentes y las antiguas conductas tradicionales.

Una presentación teatral ofrece una oportunidad para que el público oiga el mensaje del dramaturgo, quien asume el importante papel social de crítico y maestro (Bonifacio 1976).

Zarzuela. La zarzuela es una obra musical similar a la ópera liviana. La zarzuela filipina tiene sus raíces en las zarzuelas españolas, operetas simples y cómicas que tratan sobre las maneras, costumbres y debilidades de los distintos segmentos de la sociedad española. La zarzuela siempre incorpora danzas y música, lo que la convierte en una especie de *musical*.

El atractivo principal de la zarzuela radica en la sátira y la crítica social mordaz que subyace tras el lenguaje agudo, ingenioso, humorístico y, a menudo, desvergonzado del diálogo. «La partitura musical y la letra dan sabor a la zarzuela, tanto así que el autor de la letra o el compositor son tan importantes como el dramaturgo, si son distintos, y que el libreto a menudo se hace a partir de la partitura musical» (Coseteng y Nemenzo 1975).

La sabiduría campechana, los problemas cotidianos, las tonadas contagiosas, las danzas alegres y los escenarios atractivos cautivan al público de inmediato. La identificación es instantánea, lo cual no es tan posible con obras y públicos más sofisticados.

La zarzuela tiene una originalidad y una versatilidad intrínsecas. Es una forma dramática flexible y dinámica con situaciones y temas locales, personajes comunes y corrientes, problemas familiares y canciones y danzas locales. La aceptación y versatilidad de la zarzuela como propaganda en forma de drama se hizo evidente durante la revolución contra España en 1896 y contra Estados Unidos en 1898, así como en la lucha contra la ocupación estadounidense a principios del siglo veinte (Bonifacio 1972). La zarzuela se puede actualizar fácilmente y la forma puede adaptarse al tema con igual facilidad.

Aunque conserva los elementos básicos del modelo español, la zarzuela filipina ha evolucionado hasta convertirse en un melodrama completo en tres actos. Puede que bordee en el sentimentalismo, pero el tema, la trama y las caracterizaciones son complejos.

La obra se centra principalmente en la familia y el conflicto generalmente se debe a las relaciones familiares y sociales, el amor romántico o las dificultades económicas. Los valores, la moralidad y las tradiciones de la clase media prevalecen, pese a toda la acción. La zarzuela filipina aborda una variedad de tópicos: la dote, el capital y el trabajo, las peleas de gallos, el monopolio comercial de los chinos, la corrupción de los políticos nacionales y las costumbres propias (Edades 1956). Los temas abarcan las relaciones entre esposos y entre suegros; el amor entre el joven patrón y la empleada doméstica, entre el joven rico y la joven pobre y viceversa; y, el conflicto entre los jóvenes y los mayores. Todos éstos son temas predilectos de la zarzuela.

Cancionan. El *cancionan*, muy popular en la región de Ilocoa, es una forma de argumentación con versos y canciones. Parte integral de las fiestas lugareñas, es un torneo que enfrenta a un hombre y a una mujer en un debate sobre cualquier tema. En muchos casos, se presenta como parte del programa o como entremés junto con una zarzuela. El *cancionan* emplea el ingenio, el humor, la ironía y la sátira como componentes naturales, lo que evita que se convierta en un concurso musical aburrido. Sigue siendo un medio popular porque se presta a cualquier tema y lleva al público a tomar partido por uno de los dos bandos.

Balagtasan. Es un debate poético entre dos protagonistas que usan un lenguaje rítmico y colorido con humor, sátira e ironía. Es una forma popular en la región Tagalog. El *balagtasan* puede provocar discusiones y también estimula el pensamiento crítico y ejerce una influencia, porque el público tiene que escoger. La emoción que provoca el *balagtasan* es parte fundamental de la reacción del público.

El *balagtasan* se presta a cualquier tema, problema, idea o sentimiento, siempre que exista uno o más puntos de vista opuestos, como siempre lo hay. El *balagtasan* puede abordar temas románticos, domésticos, religiosos, éticos, políticos o económicos, y abarca desde problemas comunes cotidianos hasta posiciones izquierdistas y temas más controvertidos. Más aún, la fuerza del *balagtasan* radica en la controversia y el pensamiento, lo que le confiere un carácter directo al que ni la zarzuela ni el teatro convencional pueden aproximarse.

Aunque el *balagtasan* es esencialmente un debate, está investido de sentido dramático debido al intercambio rápido y agudo de argumentos entre los protagonistas, que da la impresión de un diálogo, quizá planeado, pero ciertamente bien estructurado, compacto y rico en contenido. Es el tipo de diálogo que exige la concentración total del público, interrumpido sólo cuando éste responde aplaudiendo a un protagonista por ganar un punto del debate o por sortear un argumento en contra con un giro rápido del ingenio y la palabra (Coseteng y Nemenzo).

Balitao. El *balitao* es un debate de cortejo en canto y danza, casi siempre interpretado extemporáneamente por un hombre y una mujer. El hombre plancha su traje y la mujer, por modestia, rechaza sus galanteos y se resiste a sus dulces cantos, a su vez cantando y bailando sus objeciones. En el pasado, al final de un día de arduo trabajo en los campos, especialmente durante la época de siembra o de cosecha, jóvenes de ambos sexos se reunían y se entretenían con el *balitao*. Se dividían en dos grupos, masculino y femenino, y cantaban el debate a coro, o seleccionaban a un joven y una joven para interpretar el *balitao*, ante los vítores, aplausos y risas del público cuando uno de los contrincantes lanzaba un ataque verbal o una respuesta ingeniosa.

Según Coseteng y Nemenzo, aunque el tema del *balitao* es principalmente el amor y el cortejo, puede tener variaciones intercaladas con otros temas. Las elaboraciones y digresiones del debate demandan habilidad, inteligencia e ingenio para que los intérpretes puedan hacer sus réplicas con agudeza y rapidez en versos cortos. La tradición, la historia, la religión, las costumbres y los valores

socioculturales se pueden usar para sustentar un argumento, hacer hincapié, retar o rechazar el argumento del oponente. Al final, la resolución puede producirse cuando la joven acepta la propuesta del pretendiente, pero sujeta a las promesas que ella ha exigido. En otras ocasiones, con habilidad e ingenio, la joven también podría rechazar al pretendiente y ganar la discusión. El público y la ocasión pueden decidir el tema de un *balitao*.

Afortunadamente, el *balitao* ha conservado la riqueza de ingenio, rapidez de réplica y humor que reflejan las creencias y costumbres tradicionales. También contiene las omnipresentes enseñanzas morales. Se utilizan con frecuencia alusiones, insinuaciones, comparaciones y otras figuras retóricas para apelar a las emociones y al intelecto. Generalmente se usan connotaciones sexuales que rayan en lo procaz y obsceno, dependiendo del público (Gutiérrez 1961).

Bantayonon. Otro debate en forma poética en las zonas cristianas de Mindanao, el *bantayonon*, se centra generalmente en el amor, el cortejo y el matrimonio. No obstante, actualmente se incorporan temas públicos y otros de actualidad.

Teatro de títeres. Los títeres son una forma artística generalizada en Asia. Antiguamente, existía un tipo de teatro de títeres de sombra en las Filipinas llamado *carillos*, similar al *wayang* indonés. Con el paso de los años, sin embargo, se perdió la tradición de los *carillos*: Fue reemplazada por las marionetas o títeres con varillas usados actualmente en las actividades de comunicación para el desarrollo de por lo menos cuatro instituciones a nivel nacional.

Tipos de artes escénicas empleados. Las organizaciones parecen preferir usar obras dramáticas y musicales en sus campañas de comunicación. Por ejemplo, la Comisión sobre Población y la Universidad de las Filipinas destacan por su labor pionera en el uso del *cancionan* de Ilocoa, el *balagtasan* tagalo y el *balitao* de Visayan para apoyar la educación popular y fomentar la planificación familiar. La Universidad Estatal de Mindanao Sining Kambayoka utiliza el *bayok* de Maranao en sus producciones teatrales. El Ministerio de Información Pública alienta el uso del *batanyonon* como parte de sus actividades teatrales en Mindanao. El Centro de Producción de Medios de la Nación y el Servicio de Socorro Católico propugnan el uso del teatro de títeres en el desarrollo.

Bibliografía citada

Bonifacio, Amelia L. (1972). *The Seditious Tagalog Playwrights: Early American Occupation*. Manila, Fundación de la Zarzuela de las Filipinas.

Bonifacio, Amelia L. (1976). "The Social Role of Theater in Asia" en *Literature and Society: Cross Cultural Perspectives*. The Proceedings of the Eleventh American Studies Seminar. Los Baños, Filipinas, octubre.

Coscteng, Alicia M. L. y Nemenzo, Gemma A. (1975). *Folk Media in the Philippines: Their Extension and Integration With the Mass Media for Family Planning*. Quezon City, Instituto de Comunicación de Masas de la Universidad de las Filipinas, Diliñan.

Edades, Jean (1956). "The Zarzuela and Propaganda" en revista del *Sunday Times*. Manila, 20 de mayo.

Gutiérrez, María Colina (1961). *The Cebuano Balitao and How It Mirrors Culture and Folklife*. Cebu City, Universidad de San Carlos.

Jamias, Juan (1973). "The Philosophy of Development Communication" in *Solidarity*, Vol. 8, Nº 5, Manila.

Jamias, Juan (1975). "Development Communication". Monografía conceptual (mimeografiada). Los Baños, Universidad de las Filipinas.

Mercado, César M. "Communication for Human Development: Theory and Practice". Monografía conceptual (mecanografiada). Quezon City, Instituto de Comunicación de Masas de la Universidad de las Filipinas, Diliman.

Quebral, Nora (1972). "Development Communication". Monografía conceptual (mimeografiada). Los Baños, Universidad de las Filipinas.

Rosario-Braid, Florangel (1979). *Communication Strategies for Productivity Improvement*. Tokio, Asociación Asiática de Productividad.

Valbuena, Víctor T. (1980). "Philippine Theatre Arts as Development Communication: Perspectives and Prospects". Tesis de doctorado. Manila, Universidad Centro Escolar.

Incomunicación y fracasos

Extracto de *¿Cómo comunicarse con los campesinos?*

Pierre de Zutter

«Primero necesitamos tierra, créditos, comida, casa, salud, educación. Después veremos eso de la comunicación», dicen a veces los campesinos. Y las instituciones contestan a su vez: «Hay mucho que hacer ahora para realizar todas nuestras actividades y llevar a cabo los importantes proyectos que desarrollarán el campo y el país en general. La comunicación y otras cosas por el estilo vendrán por añadidura». Así las cosas, la comunicación aparece en América Latina como un *lujo* reservado a los países de mayor nivel económico o, en todo caso, a las zonas urbanas. El mundo rural, tan "atrasado", tiene otras prioridades. Venir a insistir ahora en la importancia de un mucho mayor esfuerzo de comunicación corre entonces el riesgo de ser interpretado coma la tradicional obsesión de un especialista en una materia que se preocupa por defender y ampliar su especialidad.

Sin embargo, la comunicación es uno de los pilares de todo desarrollo. Por sí sola no soluciona las contradicciones y conflictos sociales, económicos, culturales o políticos. Pero no hay ningún tipo de fórmula o sistema que sea eficaz sin una adecuada comunicación. Y se puede afirmar que su ausencia o mal manejo es una de las causas (no la única por supuesto) de tantos fracasos o semifracasos en innumerables proyectos de desarrollo, educación y capacitación rural. ¿Cómo explicarnos mejor?

Valbuena, Víctor (1980). Extracto de "Philippine Theatre Arts as Development Communication" en Wang, Georgette and Wimal Dissanayake (eds) (1984). *Continuity and Change in Communication Systems: An Asian Perspective*. Westport, Connecticut, Greenwood Publishing Group Inc./New Jersey, Ablex Publishing Corporation. Reproducción autorizada por Greenwood Publishing Group, Inc. y el autor.

Tomemos el problema al revés. ¿Quién podrá negar que en la actualidad las relaciones entre el campo y la ciudad, entre el Estado y los campesinos, entre las instituciones (públicas y privadas) y los campesinos, entre los partidos políticos y la gran masa campesina, se caracterizan fundamentalmente por la incomunicación? ¿Qué siente la persona que llega por primera vez a determinada zona campesina? La desconfianza. ¿Qué siente el citadino al entrar a una comunidad, el agente institucional o el militante político al participar en una reunión campesina? La incomprensión. ¿Qué siente el campesino que viene a la ciudad a vivir o hacer alguna gestión? El rechazo y el desprecio, cuando no el odio. Todos estos recelos y enfrentamientos son producto de las notorias diferencias entre un mundo y otro, pero se agigantan con la barrera de incomunicación que separa a ambos.

¿Por qué fracasan tantos proyectos y esfuerzos de desarrollo rural? Entre otras muchas cosas, porque nunca existe verdadero diálogo entre los responsables y ejecutores de los proyectos por un lado y por otra parte con los campesinos, supuestos beneficiarios de los mismos. Y esto lleva a los primeros a tratar de imponer sus soluciones y recetas para lo que ellos suponen son las necesidades de los campesinos, mientras estos últimos adoptan una actitud negativa o pasiva, rota de vez en cuando por la promesa de un beneficio inmediato. Los fracasos se deben también muchas veces a que la comunicación se establece solamente entre los promotores de afuera y cada campesino individualmente. Al no haber comunicación y debate entre el mismo grupo campesino interesado en el proyecto, éste no puede ser asumido colectivamente, por lo que sus posibilidades de éxito disminuyen.

El ejemplo de las irrigaciones

Tomemos el caso de las inversiones productivas que hacen las instituciones en el campo. Un ejemplo clásico es el de las irrigaciones. Existe una preocupación generalizada en Latinoamérica frente al fracaso de las irrigaciones. Éstas exigen financiamientos astronómicos, pero muchos gobiernos se ven obligados a realizarlos por razones de presiones políticas nacionales o regionales: emprender una irrigación anhelada durante decenios como "la salvación" de una zona es granjearse en gran medida la adhesión de la población local. Sin embargo, los planes de colonización de tierras y rentabilidad de las mismas no llegan nunca a respetarse, hasta el punto que, con apenas un 50 por ciento de su cumplimiento, es considerado como un gran éxito. ¿Por qué? Es cierto que a veces se cometen errores estrictamente técnicos, en el cálculo del abastecimiento de agua, en la construcción de canales de riego en terrenos que no sirven, etc. Pero el problema principal de la mayor parte de las irrigaciones es que los llamados beneficiarios *de* las mismas no aprovechan al máximo el agua disponible y no se preocupan por el mantenimiento de la infraestructura. Otra vez ¿por qué? Porque estos beneficiarios de la obra (planificada y ejecutada por otros) no entienden el conjunto de proyectos, sus implicancias y necesidades; no lo han asimilado, no están motivados ni tratan de ver más allá de sus propios intereses inmediatos. Están incomunicados respecto del proyecto, como infraestructura de riego y servicios adicionales de crédito, provisión de insumos, etc.

Por el contrario, ¿qué pasa con las irrigaciones cuya concepción, planificación y ejecución son realizadas por iniciativa de los mismos grupos interesados (sean comunidades o asociaciones de pequeños y medianos productores), bajo su propio control y con su participación? Esas irrigaciones gozan generalmente de una mucho mejor situación (cuando el grupo no es manipulado por un cacique local), porque se conocen y discuten los problemas que surgen, las alternativas de mejoramiento, las mejores fórmulas de distribución y aprovechamiento del agua, las formas de conseguir los otros elementos necesarios para el éxito del proyecto. Es decir, gracias a un mejor manejo de la comunicación. La circulación de la información, la motivación de los participantes, el diálogo y el debate alrededor de la problemática de la irrigación permiten al grupo como tal responsabilizarse realmente por la obra, asumirla y sacarla adelante.

El ejemplo de los servicios básicos

Las mismas observaciones pueden hacerse en cuanto a las inversiones en proyectos de servicios básicos. «¡Hay que alfabetiz*ar*!» «¡Hay que mejorar la salud preventiva!» «¡Hay que traer agua potable!». Instituciones públicas y entidades privadas adoptan la consigna y se lanzan a hacer obras y dar capacitación. Pero cualquiera puede encontrar los rastros abandonados de muchos de estos esfuerzos: tanques de agua *oxidados* porque nadie de la comunidad se preocupó de continuar el primer aporte (regalado por algún organismo internacional cuya sigla aparece vergonzante sobre las ruinas del tanque); letrinas medio desarmadas y sin uso, porque los pobladores las construyeron solamente para no rechazar los materiales nobles que les eran regalados con esa condición, pero sin entender ni sentir la necesidad de tales casetas; gente que explica que «yo no tengo cabeza para estas cosas; fui una vez a unas clases que dieron pero no entendí nada; se fueron porque ya nadie asistía a las clases».

En todos estos casos la incomunicación es una de las barreras que impide el éxito. A la inversa, los proyectos de servicios básicos que se realizan a través de un proceso de debate entre la misma población y entre ésta y los promotores venidos de fuera corren casi siempre mejor suerte. Una buena comunicación, un diálogo entre ambas partes permite a las instituciones entender cuáles son las necesidades reales de la gente y las alternativas de solución adecuadas a sus posibilidades. Mientras, los campesinos reflexionan sobre las consecuencias de ciertas costumbres suyas, analizan ciertos elementos o conocimientos que ignoraban y toman su decisión en función de sus propias prioridades; si la decisión es positiva, se puede estar seguro de que lo que ha sido aprobado no ha sido la obra como tal sino el servicio que puede prestar. La comunicación es el indispensable soporte de este proceso de reflexión, análisis y toma de decisión, comunicación dentro del grupo campesino y entre éste y las instituciones.

El ejemplo de la capacitación

En la educación o la capacitación de los campesinos sucede a menudo lo mismo. Las instituciones vienen con sus programas y sus materiales, elaborados por sus especialistas, y le toca al campesino adaptarse a ellos si es que quiere "aprender". ¡Ni hablar de aquellas fórmulas educativas basadas en textos que tratan de realidades totalmente diferentes a la campesina o que imponen temas que no interesan para nada a la población campesina! El que siga con ellos es porque está muy motivado por las perspectivas de conseguir mejores puestos o ascender socialmente gracias al "cartón", el certificado de estudios o diploma. Pero hasta en instituciones inspiradas por las mejores intenciones se da una alta deserción cuando el campesino constata que se aburre con palabras por cierto muy motivadoras, pero que no responden en lo inmediato a su afán de saber escribir su nombre y poder enviar una carta a la novia cuando se va a la zafra azucarera o a la cosecha del café. Y los cursos más técnicos se frustran cuando se constata que los cinco mejores alumnos de una clase de veinte para formar tractoristas no regresan a sus comunidades y cooperativas sino que se emplean en alguna empresa cercana de construcción de carreteras o viajan a la ciudad a aprovechar sus nuevos conocimientos. En la incomunicación nace el fracaso: unos buscan "educar" y los otros quieren simplemente un "cartón"; unos intentan formar "integralmente" al campesino a través de la alfabetización, cuando éste parte de intereses más inmediatos y concretos; unos aspiran a proveer a las comunidades y cooperativas de personas con ciertas habilidades cuando sus alumnos sólo desean una oportunidad para escapar hacia mejores horizontes.

La búsqueda de soluciones

No estamos presentando aquí nada nuevo. Hace tiempo que la mayor parte de las instituciones se dieron cuenta de tales problemas. Donde quizás haya habido cierta deficiencia en la toma de conciencia de estas instituciones, es en el diagnóstico. Se empezó por constatar que los eternos errores de concepción, planificación y realización de los programas rurales provienen generalmente del divorcio entre éstos y la realidad del campo, sus formas específicas de trabajo y organización, los valores y actitudes de su gente. Desde esta perspectiva, los planificadores y proyectistas decidieron rodearse de sociólogos, antropólogos y especialistas en ciencias sociales. La consigna fue "investigar" para llegar a conocer la realidad y poder actuar mejor sobre ella. Pero, con todos los estudios, por sesudos que fueran, se llegó a esta otra "novedad": era indispensable la participación de la población. Y comenzó la veloz competencia entre diversos modelos de participación, cada cual más original que el anterior o que el del vecino.

Las insuficiencias de los informes de los especialistas o las dificultades para aprovecharlos y aplicarlos, lo mismo que los numerosos fracasos de los intentos por lograr la participación de los campesinos, nos llevan ahora a replantear el problema desde el enfoque de la comunicación. ¿Qué son efectivamente las investigaciones sino un intento unilateral de comunicación, de conocer observando y haciendo hablar? ¿No tenemos acaso, en la base de toda participación, un problema de comunicación? ¿Quizás entonces las deficiencias actuales de las investigaciones se deban a las limitaciones de la concepción y la metodología de comunicación que emplean? ¿Quizás las dificultades en alcanzar la participación sean producto de errores de concepción, actitud y metodología en la comunicación que debería alimentarla? Respondiendo a estas cuestiones vamos descubriendo la importancia de la comunicación, no como algo en sí y para sí, sino como un pilar fundamental y mal conocido de la mayor parte de las actividades relacionadas al desarrollo y la capacitación rural.

Investigación es comunicación

¿Qué hacen los planificadores y proyectistas de alguna obra de desarrollo rural? Primero encargan grandes estudios para conocer la zona, su población, los recursos, etc. Entran a trabajar los especialistas con sus investigaciones: analizan la documentación existente, aplican cuestionarios, realizan entrevistas, procesan los datos recogidos, los interpretan y presentan sus sabias conclusiones. Es decir que comienzan por recoger información para luego hacer de ella lo que a ellos les parece en función de los intereses de las instituciones que los contrataron. Y la gran deficiencia de este procedimiento es que se basa en una actitud y unos instrumentos de comunicación que son excesivamente limitados y unilaterales. Sus cuestionarios y entrevistas son formas de comunicación, pero de una comunicación distorsionada, falseada, restringida. Una comunicación en que el entrevistado se ve obligado a hablar sólo de lo que le interesa al entrevistador y en la forma en la que éste quiere; sabe también que su participación termina ahí y que será "juzgado" por lo que dice sin posibilidad de volver a intervenir, rectificar, completar; se ve entonces forzado a callar o deformar sus respuestas. Una comunicación en la que apenas si se da al campesino la posibilidad de expresarse oralmente o a veces por escrito, olvidando que existen *otras formas de expresión* que pueden ser mucho más explícitas y ricas de sentido en algunos casos: el silencio, el dibujo, el gesto, la actitud, etc.

Este mal manejo de la comunicación conduce a estudios incompletos, equivocados, de poca utilidad respecto del esfuerzo realizado. Muchas respuestas de los campesinos son inducidas por las preguntas de los cuestionarios; muchos campesinos tratan de decir lo que suponen que le gustaría escuchar a la institución; otros aprovechan al contrario para pedir lo que imaginan que "se puede sacar" a la institución, aunque no sea lo prioritario para ellos; otros a su vez se cohíben ante semejante "examen" y dejan de aportar muchas cosas que en otras circunstancias les interesaría dar a conocer.

Por otra parte, esta forma de trabajo no le aporta nada al campesinado. Apenas si sabe vagamente para qué habría de servir tal investigación. De ninguna forma se le ofrece la oportunidad de mejorar el conocimiento de su propia realidad, de discutir los proyectos propuestos, de cohesionarse alrededor de estos proyectos. Más bien sucede a menudo que los "afectados" por cuestionarios y entrevistas empiezan a tener reacciones negativas frente a "esta gente venida de fuera"; y los que no fueron consultados se consideran *marginados* y, por tanto, están predispuestos a criticar y oponerse.

¡Cuánto mejorarían los estudios si los investigadores *se* dedicaran más bien a analizar y procesar las informaciones que aparecen entre los campesinos cuando se comunican entre sí, a participar ellos mismos de esa comunicación aportando al debate las ideas, intenciones y conocimientos que inspiran los proyectos previstos y observando las reacciones positivas y negativas! ¡Cuánto se ganaría si los primeros resultados de la investigación fueran conocidos y discutidos por la misma población! Los datos serían mucho más ricos y mucho más confiables. Y la población local se motivaría, adoptando actitudes creadoras y positivas frente a los proyectos de desarrollo. La misma dinámica de diálogo así introducida serviría para un vaivén de debates, informaciones y correcciones a lo largo de todas las etapas de planificación, ejecución y aprovechamiento. Vemos entonces que la investigación en gran medida es comunicación, y que es importante volver a plantearla en términos de comunicación.

Participación es comunicación

En cuanto a la participación como tal, el rol de la comunicación es aún más evidente. Para participar de algo hay que conocer ese algo, es decir recibir las informaciones necesarias. Participar significa también que se tiene la posibilidad de expresarse, de hacer llegar sus opiniones y planteamientos, debatirlos e intervenir en el proceso de decisión. Si no ¿de qué participación estamos hablando? Cuando se busca la participación es entonces indispensable crear toda una dinámica de comunicación entre la población de base y entre ésta y la institución.

Muchas instituciones creen que basta con invitar a algunos representantes de la población a intervenir con voz y voto en las reuniones de los técnicos. Esta fórmula puede ser útil, pero a condición de que el representante sea realmente el delegado de su base, es decir cuando la población local, a través de un proceso de información-debate, ha definido sus posiciones y ha convertido al delegado en su portavoz, en su intermediario en la comunicación entre ella y la institución. ¿Cuántos "representantes" cumplen realmente con estos requisitos? ¿Cuántas veces el delegado se limita a informar de lo que pasa en su comisión sin que haya posibilidades de un debate de la gente? ¿Y cuántas veces ni siquiera informa? Una representación de este tipo puede llegar a "servir" si lo que se busca es tener legitimidad frente a la población local. Pero para alcanzar la participación se necesita mucho más, se necesita la comunicación. Sin una buena comunicación no hay participación.

La comunicación, sangre de la sociedad

Regresemos a nuestro punto de partida. Los dos avances de los planificadores y proyectistas, es decir las investigaciones de los científicos sociales y la participación de la población local dependen para su buen funcionamiento del tipo de comunicación en que se sustentan. Si reflexionamos vemos que esto es perfectamente normal. La comunicación es como la sangre de la vida organizada, de toda sociedad, grande o pequeña, familiar, tribal, nacional o internacional. Y la estabilidad dinámica de una sociedad cualquiera (no hay sociedad estática) depende en gran parte de su éxito en el manejo de la comunicación, sea controlando o impidiendo ciertos flujos de información o limitando la comunicación a un simple rol de información, muchas veces

unilateral, sea favoreciendo el diálogo y el debate en todos los niveles y entre todos los niveles.

En efecto, y contrariamente a lo que se tiende a creer, aun cuando se tenga una visión teórica muy amplia, la comunicación no es solamente un "instrumento" del desarrollo. Es consecuencia de la vida organizada y base de la sociedad como tal. El lenguaje de un grupo (y por lenguaje entendemos tanto la palabra como el resto de las formas de expresión: grafismos, gestos, actitudes, hasta vestimentas, peinados y otras costumbres que pueden tener grandes significados) no es una simple herramienta que permite al grupo funcionar más o menos armoniosamente. Es también uno de sus importantes factores de cohesión o división. El lenguaje contribuye a crear la identidad del grupo social, sea por integración o por autoaislamiento dentro de un conjunto más vasto. Toda política de desarrollo debe por tanto comprender una adecuada política de comunicación, de respeto y refuerzo de la comunicación. Y este refuerzo debe abarcar tanto la creación, consolidación o dinamización de la comunicación propia del grupo (según su grado de aculturación, parálisis o aislamiento cultural) como el aprendizaje de las actitudes y formas de comunicarse con el resto de la sociedad (interpretación y aprovechamiento de los mensajes externos; expresión y codificación de los mensajes propios). Sin este refuerzo de la comunicación en los distintos niveles, sería imposible obtener la indispensable integración y cohesión del grupo social y el diálogo nacional que haga viable la democracia.

La comunicación en el desarrollo rural

¿Puede decirse entonces que mejorando la comunicación se van a superar todas las barreras que frenan el desarrollo rural? Tampoco se debe caer en este simplismo. Pero sí se puede afirmar que es indispensable prestar una atención nueva al problema de la comunicación y que una mejor visión y metodología de trabajo en este rubro ayudaría a resolver muchos de los problemas actuales, desbloqueando situaciones de incomprensión y enfrentamiento y favoreciendo el diálogo y la participación. Porque si la comunicación es importante para el funcionamiento de una sociedad, es aún más vital cuando esta sociedad está en proceso de cambio, de desarrollo. No es necesario insistir sobre este punto. Bastaría una confirmación indirecta que podemos encontrar en el comportamiento de muchos hacendados, por ejemplo en los Andes de no hace muchos años: para mantener el inmovilismo y su dominación, prohibían en la medida de lo posible que las poblaciones bajo su control se relacionaran con otros grupos sociales, se comunicaran con el resto de la sociedad; para eso les impedían aprender a leer y escribir, comercializar sin su intervención, etc. Al contrario, estos hacendados trataban de integrarse ellos mismos a los canales y formas de comunicación de tipo tradicional en la zona para aprovecharlos a fin de manipular mejor (idioma nativo, compadrazgo, etc.).

Aprender a manejar mejor la comunicación es una condición indispensable para lograr un desarrollo rural armonioso e integral, salvo que se prefiera un simple crecimiento económico que triture y destruya a las poblaciones campesinas, con fórmulas impositivas y autoritarias.

Zutter, Pierre de (1980). Extracto de *¿Cómo comunicarse con los campesinos?* Lima, Editorial Horizonte. Reproducción autorizada por el autor.

Las raíces del verbo comunicar

Extracto de *¿Cómo comunicarse con los campesinos?*

Pierre de Zutter

—«Señor, ¿en qué trabaja usted?».
—«Soy comunicador. En el ministerio preparo los comunicados, los discursos del Ministro, las respuestas a los cuestionarios que mandan las revistas».

Efectivamente, puede decirse que hacer comunicados es hacer de comunicador. Pero, más allá de los simplismos, necesitamos ponernos de acuerdo sobre lo que entendemos por comunicación, sobre las interpretaciones que le damos a la palabra, sobre las diversas actitudes y preocupaciones que puede suponer la comunicación.

Para lo que nos interesa aquí, existen dos sentidos principales del verbo "comunicar". El primero, y el más usual en nuestros días, asimila "comunicar" a "informar", "divulgar", "trasmitir". El segundo, el más antiguo, se asemeja a "estar en relación", "poner en común". Decimos que éste es el más antiguo. De hecho la palabra latina *comunicare*, que dio origen a nuestro "comunicar", tenía este significado. A tal punto que empezó a servir, en el latín de la Iglesia de la Edad Media, para expresar la idea de la comunión. "Comunicar" y "comulgar" tienen la misma raíz. La predominancia contemporánea del primer sentido ("divulgar", "transmitir") es entonces reveladora de la evolución de la sociedad moderna donde, junto con la centralización económica, política y cultural, se produjo una centralización de la palabra, de la expresión. Porque hay una gran diferencia entre ambas dimensiones de la comunicación. Una es restrictiva; la otra es mucho más amplia y abierta.

Dos concepciones de la sociedad y la humanidad

Esta búsqueda en las raíces originales de la palabra "comunicar" no es vana. Puede parecer muy académica pero por esta vez el ejercicio nos sirve bastante: detrás de las dos interpretaciones de la comunicación se esconden en realidad dos concepciones antagónicas de la vida, dos filosofías del hombre y de la sociedad. Podemos tratar de rastrear este antagonismo comparando con lo que sucede en el caso de la educación. La comunicación es un soporte de la educación; ésta es fundamentalmente un proceso de comunicación. Y vemos que hay formas opuestas de educación: por un lado, la educación considerada como transferencia de conocimientos y técnicas; por otra parte, la educación vista como formación integral a fin de desarrollar actitudes y habilidades para reflexionar, analizar y actuar sobre la realidad propia, local y nacional. En un caso se parte de la convicción de que existe "el saber" absoluto, universal, y todo el problema de la educación consiste en "adquirir" dicho saber, en almacenarlo y en manejarlo. En el otro caso se trata de preparar al ser humano para adecuarse lo mejor posible a su medio ambiente, es decir al grupo social y a la naturaleza que lo rodean.

Detrás de estos dos enfoques de la educación pueden descubrirse dos concepciones totalmente antagónicas de la sociedad y de la humanidad. Los cultores del "saber" tienden a asignar a la humanidad una misión grandiosa: conquistar el universo y controlar las leyes que rigen la naturaleza. Pero al mismo tiempo suelen asignar al hombre concreto, de carne y hueso, un rol mucho menos importante: servir de eficiente engranaje dentro de una maquinaria mundial dirigida por elites económico-científico-políticas. De ahí un tipo de educación que se preocupa simplemente por mo-

delar a los seres humanos en función del papel que han de desempeñar en este proyecto. Lo fundamental entonces no es la aptitud del ser humano para reflexionar y decidir, para orientarse como individuo y grupo social, sino su capacidad para cumplir con la tarea limitada que se le asigna, salvo evidentemente aquellos que demuestren tener una inteligencia superior y poder incorporarse al núcleo de las elites pensantes.

Los defensores del otro tipo de educación responden a una visión de la humanidad como conjunto de seres que buscan desarrollarse y realizarse como individuos y como sociedad. Su educación trata entonces de ser un aprendizaje para participar activa y creativamente dentro de la sociedad y para actuar sobre la naturaleza de acuerdo a las posibilidades de la misma y a las necesidades humanas. Esa educación no puede por tanto ser una simple transferencia de conocimientos y técnicas sino una formación en busca de una mayor capacidad de entender e interpretar la realidad social y ecológica, y de participar responsablemente en ella.

Sabemos que esta presentación de ambas tendencias resulta relativa, ya que existen infinidad de matices entre ambas posiciones. Además los discursos políticos e ideológicos suelen cubrir todo con un manto de palabras siempre repetidas pero de difícil interpretación: democracia, progreso, socialismo, etc. Pero nuestra intención no es intervenir, en este trabajo, en las polémicas filosóficas sino establecer una relativa base a partir de la cual analizar a dónde nos llevan las dos interpretaciones de la palabra comunicación. Las necesidades de comunicación son efectivamente muy diferentes según los dos enfoques que hemos presentado.

Comunicación como transmisión: ¿publicidad y remodelación del hombre?

¿Cuál es la mayor preocupación de quienes creen en la necesidad de transferir un "saber" en forma eficiente? Mejorar el impacto de sus mensajes docentes para que la gente los capte, los memorice y los aplique. Requieren una comunicación entendida como "información", "difusión", "transmisión" y casi como imposición. Es precisamente la tendencia predominante en la sociedad actual. Por ello la mayoría de los esfuerzos que se hacen en materia de comunicación consisten en adecuar más los sistemas de codificación de los mensajes para que éstos sean más convincentes, más persuasivos, y en avanzar en la tecnología de *los medios* de comunicación para que éstos sean cada vez más capaces de predisponer al público a favor de los mensajes que se le envían.

En el campo, los planificadores y proyectistas con esta mentalidad buscan la forma de hacer pasar mejor lo que a ellos les interesa, sus objetivos, sus metas, sus métodos, sus informaciones, conocimientos y técnicas. Para ello se dedican prioritariamente a implementar una buena infraestructura de medios de comunicación, medios susceptibles de abarcar a la mayor cantidad de población y en la forma más impactante posible, medios que habrán de ser manejados por el proyecto, por la institución. Luego contratan a los especialistas capaces de elaborar los mensajes de tal forma de ser aceptados y obedecidos más fácilmente por la gente. En cuanto a los educadores rurales, con esta misma mentalidad buscan un manejo de la comunicación que les permita acrecentar la capacidad de absorción de contenidos educativos por parte de los individuos y mejorar la puesta en práctica de los contenidos.

Podríamos decir que quienes piensan así cometen un evidente error cuando contratan a periodistas o comunicadores para elaborar sus mensajes y manejar sus medios: deberían conseguir más bien los servicios de los publicistas. No hay mejores especialistas que los publicistas para hacer atractivo lo menos interesante y hacer indispensable lo menos adecuado. El publicista es superior al simple periodista para "vender" una imagen o una medida: sabe impactar más. En lugar de tantos mensajes aburridos que generan los proyectos de desarrollo, podríamos gozar con un agradable bombardeo a nuestros instintos y sentimientos: sexo, miedo, risa, vanidad, envidia, etc. De todas formas los investigadores y científicos de muchos países comienzan a ofrecer nuevas tecnologías aún más avanzadas en el arte de persuadir y orientar a la población: se trata de las diversas formas de control del comportamiento y remodelación del ser humano que los sabios futuristas están perfeccionando para crear un hombre con más conocimientos, menos conflictivo, más dócil: condicionamiento conductivista, cirugía del cerebro, estimulación eléctrica o química, trasplante de inteligencia, modificación genética de los fetos, etc.

Tenemos ahí una evolución perfectamente coherente con ciertos planteamientos sobre qué tipo de desarrollo, qué tipo de sociedad, que tipo de humanidad se quiere. El aula del mañana podría convertirse en un laboratorio con sus contenidos educativos envasados y listos para ser injertados con la ayuda de máquinas y drogas. El docente sería sobre todo un mecánico-farmacólogo capaz de dosificar las necesidades de cada uno. El promotor-capacitador de una institución de desarrollo podría pasearse en el campo con una herramienta que convencería inconscientemente al campesino de que debe usar tal tipo de abono, adelantar la siembra ocho días, cambiar de cultivo, etc. Evidentemente, en este caso ya no habría necesidad de comunicación, salvo entre el pequeño número de sabios que dirigirían el país o la humanidad y que decidirían las orientaciones a tomarse. El problema de divulgación-transmisión estaría resuelto.

Comunicación como diálogo e intercambio: errores y limitaciones

Los partidarios de la segunda tendencia que mencionamos necesitan a su vez desarrollar la capacidad del ser humano para reflexionar, analizar y actuar sobre la base de conocimientos y técnicas sacados primero de su propia realidad y luego confrontados con el resto de la sociedad. Requieren, por tanto, un tipo de comunicación que sea a la vez información-divulgación y puesta en común-relación recíproca. Esto supone que tengan que mejorar su propia habilidad para enviar mensajes, pero sobre todo que dediquen sus mayores esfuerzos a desarrollar la capacidad de expresión de la gente y su propia capacidad de escuchar e interpretar los mensajes que están a su disposición, en crear y hacer funcionar canales de intercambio y diálogo.

Existen sin embargo muchas limitaciones y errores en el planteamiento de la comunicación por parte de los defensores de esta segunda tendencia. Casi todos suelen todavía restringir el rol que tiene la comunicación en todo proceso de cambio y aprendizaje. Desconocen en parte la importancia del desarrollo de actitudes y habilidades de comunicación como una de las necesidades de formación del ser humano y como uno de los requisitos de funcionamiento de toda sociedad. Y cuando algunos llegan a tener una visión un poco más clara del problema, la falla se transfiere al nivel de la puesta en práctica, por falta de estrategias y metodologías de trabajo en el campo. Muchos confunden también capacitación en comunicación con el simple aprendizaje de la capacidad de expresión, por un lado, y la capacidad de interpretación y descodificación de los mensajes de los medios masivos, por el otro. Olvidan el aprendizaje de la comunicación interpersonal. Otros, a su vez, asumen uno de los principios básicos de la comunicación (partir de los intereses y necesidades del grupo con el que se quiere comunicar) pero a la hora de la práctica tienden a determinar ellos mismos cuáles son estos intereses y necesidades, la forma de tratarlos, el orden de tratamiento, etc.

Los comunicadores como intermediarios y propagandistas de medios

¿Y los mismos comunicadores? ¿Cuál es su posición frente a la comunicación? En realidad es muy difícil hablar de comunicadores ¿Existen actualmente los comunicadores? Uno puede encontrarse con periodistas radiales o de prensa escrita, cineastas, dibujantes y un sinfín de especialistas en el uso de

uno u otro medio de comunicación. También hay bastantes analistas y teóricos de la comunicación, doctorados en las mejores universidades. Es más difícil encontrar "comunicadores", es decir gente que "hace comunicar" a las personas y a los grupos entre sí. Pero los hay.

Los especialistas en el manejo de uno u otro medio de comunicación tienen en general un rol de intermediarios en el proceso de la comunicación. Y muchos se aferran a ese rol de intermediarios —hablan, escriben, dibujan por los demás— porque es su medio de ganarse la vida o porque se interesan más que todo por la "dimensión artística" y la "calidad formal" de sus mensajes. A su vez, los que quieren "hacer comunicar" directamente a la gente y desaparecer ellos mismos como intermediarios insustituibles tienen en muchos casos una deformación muy peligrosa: establecen toda una jerarquización de los diversos medios de comunicación y se dedican a tratar de convencer de que el "medio" que ellos manejan es el más eficiente. América Latina se ve así recorrida por modas que van cambiando, cruzándose, provocando enfrentamientos. La gran moda de la radio y la educación radiofónica prevaleció durante los dos o tres últimos decenios. Sufrió progresivamente la competencia de la historieta pero se ve ahora fuertemente amenazada por la televisión circuito cerrado, a su vez cuestionada por el cine Super 8. Atrás van quedando los partidarios de los medios escritos, el teatro, los títeres... Para muchos de estos comunicadores lo más importante no es buscar la forma más adecuada de comunicación sino defender su "medio" y aumentar su potencial, porque eso es lo que conocen y lo que les gusta.

Una cuestión de actitud

En todos los casos que acabamos de referir, lo más grave es la falta de claridad de todos estos grupos y especialistas respecto de qué es la comunicación y para qué sirve o tendría que servir. Cada uno debería reflexionar y definirse en cuanto al tipo de comunicación, de sociedad, de humanidad que busca. Luego, en función de esta opción, reconsiderar su forma de trabajo en comunicación. Quienes interpreten la comunicación como una simple herramienta de divulgación y transmisión podrían acentuar sus esfuerzos para dominar mejor técnicas de mayor impacto, para que "pasen" sus mensajes, técnicas de convencimiento, control y remodelación del ser humano. Para quienes escojan una visión del hombre como ser responsable, creativo, pensante, sería preciso volver a analizar la comunicación en términos de actitud primero, de habilidad después.

Estamos hablando ahora de actitud de comunicación. ¿Por qué? Porque la comunicación, entendida como diálogo, intercambio, es antes que nada una cuestión de actitud. ¿De qué sirven tantas técnicas y metodologías si no se tiene la actitud adecuada? ¿Puede haber diálogo si no se está en actitud de escuchar? ¿Puede haber intercambio si no se está en actitud de aportar o de tomar en cuenta lo que los demás aportan? Eso es justamente lo que falta a la gran mayoría de instituciones que trabajan en desarrollo y capacitación rural: una actitud de comunicación. Semejante deficiencia es perfectamente comprensible: una actitud de comunicación obligaría a revisar casi todas las formas actuales de trabajo en el campo, tanto en la planificación, la ejecución y el aprovechamiento de las diversas actividades. Porque una actitud de comunicación es incompatible con el manejo vertical e impositivo que es la norma común. Pero si todas estas instituciones están realmente interesadas en superar las dificultades y fracasos, que son tan frecuentes, no tienen otro remedio que iniciarse en una actitud de comunicación, hacer el aprendizaje de una auténtica comunicación y recorrer este camino hasta el final.

Zutter, Pierre de (1980). Extracto de *¿Cómo comunicarse con los campesinos?* Lima, Editorial Horizonte. Reproducción autorizada por el autor.

Comunicación alternativa, comunicación horizontal, uso alternativo de medios, comunicación participante: ¿cuál es el paradigma?

Extracto de *Venezuela: ¿política de comunicación o comunicación alternativa?*

Oswaldo Capriles

1. No hay duda de que el tema de "otra comunicación" es una constante de nuestro tiempo, tanto en los países altamente industrializados —en los que, con frecuencia, la cuestión adquiere ribetes más psicológicos-existenciales, desde la dinámica de grupos hasta la metafísica bergmaniana— como en los países dependientes, en los que la creciente conciencia de la sujeción global a un *modo de vida* impuesto *y* reafirmado constantemente por las potencias de la difusión masiva —empresa privada nacional o transnacional— ha situado claramente el problema en una dimensión más crítica, más "macro" y por ello más política.

   La polémica contra el modo dominante de transmisión-recepción masiva de signos, —que no "comunicación" de masas— nace con el cuestionamiento de las teorías de la modernización, también —y no por casualidad— "difusionistas", primero en el contexto de una recusación pragmática por su incapacidad para ofrecer otra cosa que una legitimación a la incesante incorporación de tecnología y técnicas de extensión, entrenamiento y formación; luego en el cuadro más serio de una creciente comprensión de la disfuncionalidad misma del modelo de desarrollo en términos de ofrecer una mayor suma de felicidad a los pueblos; finalmente, en la conciencia de la estructura de poder que se reproduce en y por la comunicación, convirtiendo todo en espectáculo "comunicativo", soslayando lo realmente político fuera del campo de la intervención social real y politizando en cambio, de mala y triste manera, todo lo social, haciendo consenso si no del conflicto, por lo menos *acerca* del conflicto, y por ello estableciendo en rutina la resolución simbólica de las contradicciones sociales.

   Pero los malentendidos aparecen desde el comienzo: primero, la confusión, deliberada, insistente, didáctica, entre comunicación alternativa —en tanto que paradigma de una "nueva" u "otra" comunicación— y uso alternativo de medios masivos de difusión; o bien identificación de la nueva utopía con el uso de artefactos electrónicos de reproducción de signos e imágenes o de instrucción programada. Luego, la propia izquierda contestataria se ocupó de enseñorear con frecuencia a los medios propios de la agitación —cine de denuncia, agitación o protesta, prensa revolucionaria, radio clandestina, etcétera— como la alternativa: medios pobres, estética de la violencia, carácter portátil, espontáneo, búsqueda de participación del espectador, cuestionamiento de las mediaciones, rescate de una cultura popular y desesperada pesquisa en pro de un "lenguaje" propio para la revolución. Por cierto, ricas experiencias y aún más rico material de estudio.

   En el campo educativo es donde primero revienta la angustia: las experiencias más avanzadas terminaron por revelar al aparato educativo

su propia condición —análoga a la de los medios de difusión en otro registro de especificidad— de aparato manipulador y ello como condición de eficacia para su función reproductora de las clases y sus relaciones. El volcamiento de lo educativo hacia lo comunicacional revela desde luego esa angustiosa aproximación desde la década de los cincuenta.[1]

Por su lado, la contestación de la "massmediatización" adquiere su mayor intensidad, esta vez de índole más radical, con las rebeliones estudiantiles y culturales de fines de los sesenta.[2]

2. La "otra" comunicación, la de verdad, el paradigma intuido, se comienza a definir en bajorrelieve por contraposición al modelo autoritario manipulador de la "massmediatización" publicitaria y también de la propaganda "política", y frente a las estructuras piramidales de agrupación y control burocrático de los medios y procesos, fuesen éstos de propiedad privada o de manejo público exclusivista. El modelo nace como una ética de la interrelación, como la prefiguración de una democracia primigenia, necesaria y anterior a aquella que se manifestaría por la toma de decisiones por todos y la asignación para todos de los bienes y beneficios sociales. Sería la *condittio sine qua non* de toda democracia: el diálogo permanente, la participación a la vez espontánea y pertinente, nunca arbitraria ni condicionada, generadora de decisiones colectivas y de socialización de la producción y sus frutos.

Los trabajos y las experiencias en el campo educativo y de extensión, especialmente rural, basados en la tesis del flujo en dos etapas, propia del difusionismo —la comunicación interpersonal que "amplifica y difunde" la acción de los medios— fundaron un primer tipo de pretendida comunicación "horizontal" que a veces se designaba como "uso alternativo" de medios o "comunicación alternativa". Los elementos de oposición al sistema difusivo dominante eran en estos casos: un uso educativo predominante; la búsqueda de un lenguaje sencillo y eficaz; el intento de fundar una relación de *feedback* que permitiría ir reorientando el programa y acercándose al público. La participación limitada no dejaba, sin embargo, de plantear problemas y polémicas a lo largo de tales experiencias, impulsando a veces avances en lo relativo al control mismo del programa, de los medios usados y en cuanto a la toma de decisiones al interior de los propios procesos.[3]

En los países socialistas se siguieron con más éxito, en cuanto a efectividad, experiencias combinadas de medios, comunicación interpersonal, investigación-estudio, combinación presidida y contextualizada por una concepción política de estímulo a la incorporación de sectores y grupos sociales específicos. Grandes movilizaciones nacionales caracterizan muchas de estas experiencias, de las cuales sería ejemplo la campaña de alfabetización de Cuba durante el año 1961. No puede negarse que, al menos en los usos educativos de procesos y medios de comunicación, el campo socialista ha obtenido sustanciales éxitos y un fuerte nivel de participación —aún sin otorgar a esa palabra todo su potencial dialógico y espontáneo— muy lejos de las en general pobres realizaciones logradas en países capitalistas, aún en los más "avanzados". De igual manera, los medios institucionalizados de carácter masivo han intentado superar por la vía de los contenidos "culturizantes" informativos y educativos, su manifiesta incapacidad estructural para generar participación popular derivada de su carácter masivo, sirviendo más bien, en dichos países, como una "segunda línea" de ataque reforzador para el aparato educativo.

La tendencia crítica que comienza a propugnar las políticas de comunicación, desde las reuniones de París y Bogotá en los primeros años de la década de los setenta hasta la culminación oficial en la Conferencia de Ministros en San José de Costa Rica, ofrece al tema que nos ocupa un valioso intento de conceptualización, aun dentro de un contexto burocrático-planificador: la díada dialéctica *acceso-participación*, que va a servir para conectar el camino de las políticas con la vía alterna de los ensayos en marcha —algunos oficiales, otros oficiosos, la mayoría contestatarios— dirigidos a la búsqueda de mecanismos y métodos concretos de "otra" comunicación.

3. Pero esta otra comunicación se disgrega, subdivide o confunde en multitud de apelativos que semantizan diversas experiencias y proyectos, muchas veces repitiendo lo mismo, otras con leves matices diferenciales, las más de las veces con una grave tendencia a la confusión de medios, objetivos y procesos. Convendría ofrecer, pues, una definición provisional y genérica de alternativa comunicacional que sirva de paradigma aun tentativo para la discusión desde nuestro punto de vista.

Algunos caracteres pueden asignarse genéricamente a ese "paradigma":

a) Se trata de establecer una interrelación dialógica, lo que implica un modelo cuya morfología relacional es la igualdad de intervención de los participantes, la posibilidad permanente y factual de reversibilidad de los polos emisión-recepción (posibilidad que para ser real debe fundarse en ciertas reglas del intercambio, no del todo fáciles a establecer para los grupos más allá de ciertas magnitudes, o para escalas regionales o nacionales). Como modelo grupal democrático a ultranza, implica la revisión de todas las relaciones no reductibles al modelo y, por tanto, algún tipo de enfrentamiento con los modos de difusión dominantes o con los modos de comunicación patológica o anómala que tiendan a plantear seudodiálogos o falsa participación. No se olvide que es un modelo ético.

b) Para que ese otro modelo se legitime plenamente, es necesario que *se comunique sobre todo*. Al menos sobre todo lo que reviste interés social o comunitario. De allí la pretensión exhaustiva y globalizante del modelo a que se hizo alusión en el párrafo anterior. Sólo sería simulación, si el modelo no estuviera al servicio de la discusión y manejo (toma de decisiones) de los asuntos comunitarios y sociales. Y, precisamente, muchas experiencias autotituladas alternativas son sólo eso: simulación de participación (dinámica de grupos) o, peor aún, simulación de la relación "massmediática" (experiencias afincadas exclusivamente sobre el uso de técnicas "ligeras" en micromedios sociales). En todo caso, se trata de la *dimensión social* dada por lo comunicado. Se trata del *sentido de la producción, circulación* y *recreación del sentido*. Y ese sentido que tiene tal producción, tal circulación y tal recreación es el *sentido político* de la existencia social, en su más puro sentido, valgan las aparentes redundancias.

c) Pero un modelo de comunicación alternativa (o verdadera) si recoge en su formulación el aquí y el ahora de la existencia social, debe afrontar la existencia de las grandes redes institucionalizadas de difusión o de intercomunicación, con su componente técnico predominante, con su carácter burocrático, sus problemas de organización, su impacto social eventual y su morfología relacional predominantemente unidireccional, no dialógica, en principio intransitiva y antidemocrática. Desde luego que, entonces, el primer reflejo es constituir esa "otra" comunicación al margen de los procesos dominantes, al margen de lo oficial, incluso del Estado (y a veces *especialmente* al margen

—lo más clandestino posible— del Estado, so riesgo de perder la vida). En todo caso, el movimiento primigenio se dirige a establecer un aquí y un ahora diferente, lateral, un antisistema o un conjunto de unidades distintas y opuestas a las redes predominantes. Esta oposición y esta marginalidad se manifiestan por la búsqueda de contenidos diferentes, de una captación de la misma masa, pero en su función no masiva, sino grupal y activa, y también de una oposición política —en general radical— al sistema económico-político que obliga a un intento constante de concientización o desfetichización por la vía de la acción participativa.

d) Más allá del establecimiento marginal, a veces subrepticio, de alternativas comunicacionales, intento permanentemente repetido en diversísimos niveles y ámbitos sociales en América Latina desde los años cuarenta (nos referimos a alternativas *conscientes*), la confluencia del movimiento propugnador del establecimiento de políticas, al insertarse en la revisión teórica de estos esfuerzos, obligó a mirar a los aparatos dominantes de la difusión como posibles objetivos de la acción "alternativa", a partir de una política que asegurara la participación de los ciudadanos en el manejo de los mismos. Así, no se trata ya de buscar alternativas en un solo *cambio de uso-finalidad* de los medios, ni de rodearlos de un sistema de apoyo formal o interpersonal, sino de replantear el uso social general del aparato hasta ahora manipulador. Así, se trataría de establecer el equilibrio acceso-participación que asegure igualdad e intervención de todos en las decisiones acerca de la existencia misma, utilización, organización y programación de los medios que se consideren necesarios o útiles dentro de una política definida colectivamente, planificada para no agotarse en sí misma sino en el servicio social y programada, evaluada y reprogramada o incluso reformulada en cualquier momento por la participación de la base.

Esta última dimensión, la más ambiciosa de una "alternativa", no ha sido experimentada en su radicalidad en ninguna parte: queda como hipótesis abierta, de difíciles presupuestos sociales y políticos, por no hablar de los culturales y de dificilísima ejecución en escalas realmente correspondientes al nivel de los Estados Nacionales y sus políticas tradicionales de tipo centralizado y burocrático. Desde luego, obliga a redefinir la conceptualización de política y de planificación para acoger el enfoque de Waterston y otros sobre planificación "desde abajo" y "de afuera hacia dentro". De esta manera, el choque producido por las tesis "pro-políticas de comunicación" sobre la conceptualización de las experiencias alternativas, sólo es comparable al trauma sufrido por el concepto de política y por el de planificación al intentar recibir el caudal de proposiciones de una comunicación "participativa" en todas sus instancias.

4. Por ahora, para no ahondar demasiado, señalemos que:

   a) Una comunicación "alternativa" definida provisionalmente como la que hemos descrito arriba, es necesariamente participativa, ya que éste es el carácter que la define más hondamente.
   b) No toda "alternativa" comunicacional, ni mucho menos técnica, ni un simple uso alternativo de medios, masivos o no, constituye ni en todo ni en parte una *comunicación alternativa* (acorde al modelo participativo).
   c) Experimentos "micro" o unidades de comunicación alternativa sin pretensión globalizante al nivel macropolítico no constituyen verdaderos proyectos políticos de comunicación alternativa; hasta pueden convertirse en coartadas del sistema aunque su morfología relacional sea participatoria, independientemente del valor propiamente experimental de tales prácticas.
   d) Los términos "comunicación horizontal" inducen a confusión, pues señalan solamente una parte de lo que debe ser un conjunto de procesos, desconociendo la actual existencia de redes, medios y procesos dominantes, masivos, unidireccionales, y la necesidad de ubicarse y definirse *frente* a ellos y no como *complemento* de los mismos. Por otra parte, mientras no se logre la absoluta descentralización de las tareas sociales, la desaparición de la división social del trabajo y, por tanto, del Estado, es inútil hablar de "comunicación horizontal" salvo en pequeña escala, a nivel de simulacro o de experimento. Se trataría de un paradigma, pero final: redención total, comunismo, etapa superior y definitiva, en fin, punto de llegada. La participación propuesta por un modelo bajo forma de utopía posible —y difícil— es una comunicación alternativa que vaya dirigiendo las otras formas de seudocomunicación en el contexto de un proceso de liberación colectiva; por tanto, que absorba y redefina las formas verticalistas, transversales, oblicuas, paradójicas, etcétera, para restablecerlo el derecho de todos.
   e) La "aldea global" de McLuhan se coloca en el extremo opuesto del modelo participativo, pues define la nueva comunidad en función de acercar lo lejano alejando lo próximo, cortando los lazos con las intermediaciones para abrazar una totalidad abstracta, mundial, superficial, vicaria, boba, de pura información y cero acción. Por ello, inútil insistir en las potencialidades de la técnica; aunque tampoco se puede rehuirla, sí se puede retomarla como problema y no como solución, pensarla como objeto a neutralizar en tanto que generador de división social del trabajo y reproductor de las relaciones sociales y por tanto necesariamente sujeta al control político participativo de la comunidad.

Notas

1 Véanse especialmente los números 14, 15 y 23 de la revista *Cuadernos de Educación*, publicación mensual de *Laboratorio Educativo*, institución en la que se agrupan muchas de las mismas personas que integran otros centros católicos de izquierda, como el *Centro Jesús María Pellín* que elabora un boletín con características monográficas de diseminación parecidas y el *Centro Gumilla* que genera una de las mejores revistas de crítica radical sobre sociedad, economía y cultura: la revista SIC. Ugalde, Martínez Terrero, Aguirre y otros, profesores de la Universidad Católica, jesuitas, son algunos de los animadores de estas experiencias.

2 La revolución cultural, las tendencias neohedonistas, rousonianas y ecológicas de algunos grupos americanos, la contestación radical del mayo francés, con repercusiones teóricas y en general la efervescencia estudiantil y juvenil se inclinaron más, desde los años finales de la década de los sesenta, hacia la demolición del modo de vida, comprendido como totalidad burguesa y, por tanto, uno de sus blancos preferidos vino a ser la televisión, como paradigma de la "massmediatización".

3 Desde luego, trabajos como los de Díaz Bordenave son importantes para el análisis crítico de esas experiencias, especialmente en el campo de la extensión y comunicación rural y agrícola. Muchos trabajos han analizado, por otra parte, la importante experiencia de las *escuelas radiofónicas* y de los *radioforos* en América Latina, especialmente en Colombia, donde las radioescuelas pasaban de 16.000 en 1965, sirviendo a un número aproximado de 130.000 estudiantes en su casi totalidad habitantes de zonas rurales.

Capriles, Oswaldo (1981). "Venezuela: ¿política de comunicación o comunicación alternativa?" en Simpson Gringberg, Máximo (ed.) *Comunicación alternativa y cambio social. I. America Latina*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Reproducción autorizada por Colette Capriles.

La comunicación transnacional y la respuesta alternativa

Capítulo de *Comunicación Alternativa y Cambio Social. I América Latina*

Fernando Reyes Matta

En más de una ocasión se ha dicho, pero es necesario enfatizarlo: El periodista es un mediador profesional y en carácter de tal aparece ubicado en medio del proceso informativo, otorgando antecedentes que dinamizan el diálogo interno de una sociedad.

A. El periodista en medio de la estructura político-social

Las tesis de un periodismo ubicado en una especie de "balcón" o "faro" de observación de la realidad —mero cronista descomprometido de luchas y aspiraciones—, han servido de plataforma ideológica a la expansión de las formas industriales de la comunicación impulsadas por el capitalismo. Es desde esta posición que se sostiene el principio de la "libertad de prensa", concebida como un quehacer autónomo, donde una empresa se otorga la prerrogativa de ser poseedora, en nombre de la sociedad, del derecho de información perteneciente a todos. Concentra poder, determina contenidos, impone una agenda a la opinión pública y, en cada una de estas instancias, lo que está dominando son sus propios intereses, reflejo de la estructura de poder económico en la que esa empresa informativa se halla inserta.

Sin embargo, ese periodismo industrial —atado a los intereses y sistemas informativos transnacionales— se postula como neutral, objetivo, factual. Ha desarrollado una amplia tesis sobre el valor de los "hechos", factor central de su discurso informativo. La presentación de éstos, en un modelo donde se asegura buscar la permanente entrega de los dos lados de la medalla, del blanco y negro de la realidad, constituye su carta de presentación que descalifica al periodismo ideológico y de opinión.

Naturalmente que existen varias falacias envueltas en esa presentación. La primera de ellas es que ese periodismo industrial, construido por minorías poderosas dentro de los países latinoamericanos, es parcial, distorsionador, mercantil, superficial muchas veces, atomizador de la realidad; pero, a la vez, firme sostenedor de un "orden" donde sus intereses son satisfechos. Es portador de una ideología que no se presenta en forma abierta sino que constituye la manipulación permanente de una retórica, donde lo falso y parcial está en una determinada sucesión de hechos que se inscriben en el cuadro de lo "normal". El periodismo de opinión, crítico, orientador y de ideas aparece como el periodismo del "desorden" y de lo "anormal" en nuestras sociedades. Y eso obliga a señalar otra de las falacias encerradas en tal afirmación. El periodismo industrial dominante ha llegado a imponer la idea de que lo habitual, lo natural en América Latina, lo que siempre ha sido, es ese periodismo supuestamente neutral y de hecho. Se oculta con tal actitud el carácter esencialmente ideológico, combativo y opinante que el periodismo latinoamericano tuvo desde sus orígenes ligados a las luchas por la independencia. En cada uno de nuestros países existen ejemplos categóricos de esa perspectiva dada a la tarea periodística. Tal actitud aparece plena de simbología en Bolívar, que recorre América Latina llevando consigo una pequeña imprenta montada en una mula, mientras no deja de afirmar que «la prensa es la artillería del pensamiento».

¿Dónde y cómo se pierde ese carácter del periodismo latinoamericano? La respuesta está vinculada directamente con la evolución que tuvo la constitución de la sociedad latinoamericana y la formación de clases dentro de ella. A medida que se asientan las burguesías nacionales, que se forman las oligarquías en relación a la explotación de la tierra y surgen luego los grupos de poder relacionados con la explotación industrial, minera y financiera, se crean las condiciones para que emerja la "gran prensa" vinculada a este sector social. Es esa llamada "gran prensa" *(El Mercurio* en Chile, *La Prensa* de Buenos Aires, *La Prensa* de Lima, por señalar algunos ejemplos) la que a fines del siglo pasado entra en relación con el modelo norteamericano de explotación industrial de la información. Las batallas de Pulitzer y Hertz por dominar el mercado, usando las facilidades de la rotativa, que permitían grandes tiradas para vender ejemplares a un *penny*, crean un estilo periodístico, un sistema de explotación de la actualidad, donde el maridaje información-publicidad se impone definitivamente como expresión del sistema.

El círculo funcional que con ello crean los constructores del sistema capitalista industrial de la información sigue vigente, y cada medio aspira a consolidarse en el siguiente esquema:

a) Producir una información impactante, sensacionalista, del mayor interés universal posible y en grandes tiradas.
b) Lograr que esa información alcance una alta circulación en el mercado, mediante la manutención e incremento del estilo sensacionalista y descomprometido de los conflictos sociales.
c) Convertirse en instrumento preferencial de la publicidad, logrando el incremento de anuncios aún a costa del espacio informativo y estableciendo con ello la dependencia financiera de la publicidad.
d) Mantenimiento de los contenidos impactantes, universales, enajenantes, por los cuales la alta circulación se sostiene y la publicidad continúa dando su respaldo.

Bajo este modelo evoluciona la prensa latinoamericana en las dos primeras décadas del siglo, y a este modelo se une la radio desde la década de los veinte y la televisión desde los cincuenta. Esto hace que América Latina sea la única región en el mundo, descontando a Estados Unidos —y haciendo abstracción de Cuba, obviamente, en toda esta descripción— donde todos los medios de comunicación están en manos de la propiedad privada, funcionan respondiendo a los intereses del mercado y constituyen los principales agentes movilizadores de la publicidad. Al estar todos los medios de comunicación en manos privadas, que prácticamente siempre se hallan vinculadas a las burguesías nacionales y al gran capital en la región, esos medios quedan colocados dentro de un sistema transnacional en cuya estructura las burguesías nacionales y los grupos minoritarios de poder pasan a ser dependientes y promotores de la penetración de las corporaciones transnacionales y su modelo de desarrollo.

Es dentro de ese marco donde la mayoría de los periodistas se ven obligados a realizar su tarea. Es esa realidad la que limita su presencia no sólo como mediadores expertos en construir la información, sino también como agentes de cambio social. Por ello es pertinente remarcar la validez de análisis que al respecto hacía un grupo de periodistas reunidos recientemente por el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) en México.

> Su labor *(la del periodista)* es indispensable principalmente en las fases de búsqueda, elaboración y canalización de los materiales noticiables. Sin embargo, su participación en la toma de decisiones respecto a la selección de las fuentes, manejo de conceptos noticiosos y política de divulgación de mensaje, está limitada por una amplia gama de factores. Éstos abarcan los intereses del sistema de propiedad privada de los medios; la presión política y el peso de la publicidad. Es, consiguientemente, legítimo distinguir entre la actuación del periodista —sujeta a restricciones— y la actuación de los empresarios privados de los medios de comunicación.
>
> El carácter de intelectual asalariado coloca al periodista en situación de imposibilidad de disponer libre-

mente del producto de su trabajo, hecho que puede convertirse en una violentación de la conciencia del individuo; en el marco general, esta situación es un factor negativo para los fines sociales del periodismo. De igual forma cabe señalar que el quehacer periodístico ha registrado en los últimos años, particularmente en países con regímenes opresivos, persecución, prisión, destierro y a veces hasta la muerte del periodista, haciendo de esta profesión una de las más golpeadas en el continente.[1]

Estas situaciones tienen lugar, precisamente, cuando el periodista decide salir de esa situación neutral y descomprometida —que el sistema busca para él como parte de un proceso industrial— para ubicarse en las trincheras de las ideas que postulan la convivencia democrática, justa y solidaria.

En esa toma de conciencia de los trabajadores del periodismo tiene especial importancia la comprensión del fenómeno informativo en su conjunto, en todas las dimensiones que presenta dentro de su actual fisonomía. Lo informativo —y, como consecuencia, lo formativo— no pasa sólo por el programa de noticias o la sección noticiosa de un diario. Todo lo que constituye mensaje —sea música, anuncio, entretención, comentarios de "relleno" en la transmisión— es portador de ideas que promueven determinada actitud. La prohibición de una cierta música puede hacer de ésta un tipo de mensaje comunicativo con tales connotaciones que el solo hecho de oírlo transmite muchos otros signos, más allá de los que su texto y melodía plantean. Si esa música llega a ganar un cierto espacio en determinadas radios, hace de esas emisoras la expresión de un medio desafiante o contestatario al sistema. Es en medio de ese universo informativo, de múltiples mensajes, donde se expresa la acción del periodista.

Esta visión de conjunto es necesaria porque el sistema actúa integrado y articulado. La realidad con que él se presenta en América Latina responde a la expansión transnacional que, al término de la Segunda Guerra Mundial, se inició como fase contemporánea del capitalismo, en la cual éste irrumpe en la búsqueda de mercados por los países de la periferia subdesarrollada. Dicho proceso de expansión es coincidente con la solidificación del capitalismo norteamericano y la dominación de sus consorcios sobre el resto del sistema capitalista occidental. Esa expansión económica se produce apoyada en los aparatos militares y políticos, pero también, y de forma constante y creciente, en los aparatos ideológico-culturales que van conformando un modelo de desarrollo, frente a cuyas demandas las transnacionales surgen como la respuesta natural. Los años setenta han permitido confirmar esa visión: la expansión transnacional económica requiere de la expansión transnacional informativa. Y esta expansión se ha hecho afirmándose en los principios del "libre flujo de la información" y de "la libertad de expresión", los cuales —planteados con energía por Estados Unidos entre los años 1946 y 1950— sirvieron para provocar una concentración del poder informativo en unas pocas corporaciones que deciden, impulsan y promueven lo que se ve y escucha en el mundo.

El periodista latinoamericano, especialmente, cuando está llegando al término de una década tan dramática en el continente y avanza hacia la penúltima década del siglo, no puede ignorar esta realidad estructural y dejar de reconocer que el cambio hacia un periodismo libre, participativo y de interés social no se logra sólo en el marco de las reivindicaciones profesionales, sino en el marco de grandes cambios en la sociedad, sostenidos en principios políticos capaces de movilizar a las amplias mayorías postergadas.

B. Las transnacionales como factor central de la estructura

A mediados de 1974, en la Sexta Asamblea General Extraordinaria de Naciones Unidas, al aprobarse la declaración sobre el Nuevo Orden Económico Internacional, se dijo, entre otras razones, que el «neocolonialismo en todas sus formas continúa estando entre los grandes obstáculos para la total emancipación y el progreso de los países en desarrollo y de sus pueblos». En la medida en que el análisis identifica *todas* las formas de neocolonialismo, surgen las evidencias del papel que la información cumple como mecanismo neocolonial en la sociedad contemporánea. En gran medida esa expresión neocolonial se sustenta en el poder transnacional en expansión.

El sistema transnacional de comunicaciones —como ha dicho Juan Somavía— es un todo: incluye agencias de noticias, empresas de publicidad, bancos de datos y servicios de recuperación de información, programas de radio y televisión, películas, radiofotos, revistas, libros, historietas y *comics* de circulación internacional. Sus distintos componentes, que tienen mayoritariamente su origen en los países industrializados, se refuerzan los unos a los otros, estimulando en su conjunto las aspiraciones del consumidor a alcanzar formas de organización social y estilo de vida imitativos de los países capitalistas industrializados, los cuales, según la experiencia ha demostrado, sólo se pueden reproducir en los países del Tercer Mundo sobre la base de una alta y creciente concentración de ingresos en pocas manos y de inaceptables desigualdades sociales. Al mismo tiempo, la presión informativa procedente de tantos diversos orígenes, aparentemente sin relación entre ellos pero sustancialmente coherentes, va eliminando la capacidad de reacción frente al mensaje, con lo cual, progresivamente, el sujeto receptor se transforma en un elemento pasivo sin capacidad de juicio crítico. El proceso de comunicación, entonces, se transforma para la gente en algo así como un teatro que se observa pero en el cual no se participa. En esas condiciones el público se va convenciendo de que el modelo transnacional de consumo y desarrollo es históricamente inevitable. Así, el sistema de comunicaciones cumple su función principal: penetrar culturalmente al ser humano para condicionarlo de modo tal que acepte los valores políticos, económicos y culturales de la estructura transnacional de poder.[2]

Este sistema está particularmente concentrado en corporaciones norteamericanas. Una sistematización de cifras hecha por González Manet es elocuente: Estados Unidos «ya monopoliza a nivel internacional el 65 por ciento del flujo de noticias, el 89 por ciento de la información por computadora, el 75 por ciento de los programas de televisión, el 50 por ciento del cine y el 82 por ciento de la fabricación de los componentes electrónicos, además del 90 por ciento de los noticiarios de televisión junto con la *Visnews* inglesa».[3]

En medio de estas realidades queremos detenernos especialmente en tres, porque ellas son determinantes para la tarea periodística presente y futura: las agencias de noticias, que han evolucionado a la transnacionalidad, pero que mantienen viejos patrones informativos; las agencias de publicidad, que son un factor creciente de influencia en los contenidos informativos y en el espacio que se deja a éstos: y, la informática, que emerge como el sistema de alto perfeccionamiento tecnológico, aunque anuncia la ratificación de los viejos modelos de dominación.

1. Las agencias transnacionales de noticias y los viejos valores noticiosos

Todos los análisis hechos respecto de la situación de la información internacional —especialmente en el marco de los Países No Alineados— demuestran la existencia de un desequilibrio informativo profundo, generador de neocolonialismo. Hoy se constata un claro predominio de ciertas agencias, que han impuesto determinados valores noticiosos y cuya escala de prioridades para evaluar lo que sucede en los países de la periferia está definida, en gran medida, por el proceso político y económico que se desarrolla en los países dominantes, especialmente aquellos donde se encuentran las oficinas centrales de las agencias transnacionales (Nueva York, Londres, París).

¿Quién negaría seriamente —dice Sean MacBride, Presidente de la Comisión Internacional para

el Estudio de los Problemas de la Comunicación, convocada por la UNESCO— *que existe un problema cuando es sabido que dos terceras partes de la producción de noticias diarias en el mundo viene directa o indirectamente de Nueva York? o ¿que cerca de dos tercios de los corresponsales de las agencias de noticias más importantes están ubicados en Norteamérica y Europa? Ciertas consideraciones logísticas pueden hacer que esta situación sea muy difícil de alterar pero ciertamente implica una responsabilidad muy especial para aquellos que controlan las agencias de noticias, para que aseguren una información equilibrada y que no ocurran distorsiones.*[4]

La situación descrita por MacBride aparece ampliamente ratificada en América Latina. Cualquier estudio sobre los flujos de información y su penetración en los medios de comunicación latinoamericanos demuestra que la hegemonía de las agencias transnacionales de noticias —específicamente UPI y AP— sobrepasa el 60 por ciento. Cuando se pregunta por los criterios de selección de noticias que aplican los corresponsales y aquello que, a su vez, es publicado en los *mass media*, se descubre un círculo de ratificaciones que van en contra de los intereses de la sociedad en su conjunto.

Los *gatekeepers* locales mandan a los despachos de Nueva York aquello que creen que es deseado en el *bureau* central, desde donde a su vez reexpiden hacia América Latina aquellas noticias que los periódicos habitualmente "consumen". Esta serie de supuestos culmina en la actitud ratificadora de los medios locales que se empeñan en proveer a sus lectores las noticias que éstos están esperando leer. De este modo, se produce un círculo cerrado de ratificaciones, en donde los supuestos se confirman sobre la base aceptada de que la demanda es libre. Dentro de la concepción liberal decimonónica se forjó el actual modelo informativo: el individuo, natural y libremente, selecciona y demanda aquello que necesita, sin apercibirse de que en realidad es el medio ambiente el que condiciona sus necesidades. De tal manera el círculo se cierra. Vista como quehacer de las agencias de noticias predominantes, la mecánica que hemos reseñado puede ser descrita de la siguiente manera:

a) La realidad está compuesta por una multiplicidad de hechos. Algunos de estos hechos son seleccionados como material noticioso por los reporteros de los medios nacionales, conforme a los criterios y valores dominantes que han sido rectores en su profesión. Allí se atomiza y descontextualiza la realidad. Se desarticula el proceso histórico.
b) Las agencias transnacionales de noticias recaban la información de los medios nacionales y, mediante los encargados de sus agencias locales, hacen la selección de lo que transmiten conforme a lo que tradicionalmente es aceptado por el *bureau* regional-central. Como lo señala un corresponsal anónimo de la AP: «mis esfuerzos hasta el momento han sido mínimos en tratar de corregir los criterios de selección de los encargados del *bureau* en Nueva York; no creo que a ellos les interese, a menos de que yo lo mezclara con una pizca de creatividad. Y aun así, todavía caigo en las nociones preconcebidas de lo que es deseado».[5]
c) Los *bureaus* centrales, como Nueva York, provistos del material preseleccionado por sus propios representantes, envían a sus clientes el material supuestamente demandado por éstos, material que coincide sistemáticamente con aquél que los medios están acostumbrados a recibir y encaja perfectamente con los valores prevalecientes en el quehacer periodístico del continente. Por otra parte, al recibir los medios locales la información cablegráfica de aquello que originalmente ellos destacaron, se produce el círculo de ratificaciones.
d) Finalmente, el público ratifica la orientación periodística imperante, al consumir la información a la que ha sido acostumbrado.

Lo anterior nos lleva ineludiblemente a calibrar la gravedad del problema actual. Éste rebasa, con mucho, las soluciones de carácter económico. Y, por cierto, la respuesta no se da sólo mediante la simple y mecánica nacionalización de los medios informativos, sus fuentes alimentadoras y sus programas, pues la concepción de valor noticioso que domina actualmente está impregnada y conformada por un concepto mercantil e industrial de la noticia. Como ha dicho Mattelart: «no es suprimiendo los programas de origen extranjero, especialmente estadounidense, y sólo merced a esta medida, que resolveremos cabalmente la cuestión de la dependencia cultural. Un programa chilenizado puede reproducir la misma trama ideológica y, por lo tanto, padecer de un modo camuflado del mismo vicio que el material foráneo». Es necesaria entonces una labor prolongada y conjunta de los responsables del quehacer informativo, en los niveles empírico y teórico, y que se empeñe en la consecución de un Nuevo Orden en la Información. Esa tarea debe permitir la percepción crítica de las deformaciones inherentes al sector, promoviendo propuestas de medidas factibles de implantar. Ello legitima la formulación de preguntas muy específicas, tales como las siguientes:

a) ¿Hasta dónde esos valores noticiosos tienen legitimidad y pueden persistir dentro de la actual realidad sociopolítica del Tercer Mundo y de las propuestas de una nueva relación internacional?
b) ¿En qué medida los valores noticiosos predominantes son contrarios a los procesos de desarrollo en beneficio de las grandes mayorías postergadas de los países dependientes?
c) Bajo el supuesto de considerar a la información como un proceso de educación alternativa, ¿cómo puede aceptarse una concepción de noticia que busca lo excepcional, lo anecdótico, lo negativo, lo anormal, lo "impactante"?
d) ¿En qué medida las conductas profesionales dominantes son una respuesta válida a los requerimientos de los procesos comunicativos contemporáneos? O, ¿no será sólo la expresión de un modelo enraizado en fórmulas que se siguen aceptando por una especie de incapacidad de cuestionamiento?

2. Las agencias transnacionales de publicidad y su influencia

La publicidad se ha convertido en una gran actividad mundial, con presencia prácticamente en todos los países y con efectos económicos, políticos y culturales que preocupan a un sector importante de la sociedad contemporánea. En 1974, el gasto total de publicidad en el mundo (sin considerar a los países socialistas) llegó a más de 49 mil millones de dólares, según el informe de la *International Advertising Association* en 1976. Estimaciones previas a 1977 calculaban ese monto total en más de *60 mil millones de dólares.*

La publicidad en el mundo actual es un integrante del paisaje cultural y ejerce una influencia cada vez mayor sobre lo que se denomina la "cultura de masas". Por esto, son muchos los que la consideran como un peligro para la identidad cultural de los países en desarrollo, portadora de valores éticos foráneos y, como consecuencia, deformante de las costumbres y estilos de vida de los países y pueblos afectados. Por ello se explica que la Comisión MacBride considere a la publicidad como uno de los problemas centrales de la comunicación en la sociedad moderna:

> La publicidad constituye una de las principales fuentes de ingresos para los medios de comunicación social y, por consiguiente, influye, más o menos, en todas sus actividades y en su orientación. Se mezcla a otros contenidos de la comunicación y, en forma encubierta o declarada, puede pervertir la acción de los medios de comunicación social en los sectores de la política, la cultura y las actividades recreativas. En muchas sociedades, la publicidad contribuye eficazmente a suscitar la demanda y a crear un mercado de masas, pero su influencia sobre el consumidor y sobre los medios de comunicación social puede ser decisiva, y a la vez negativa. Puede contribuir, en todas partes, a elevar la calidad de vida, pero también puede servir para aumentar las frustraciones y fomentar el consumo, considerado como un fin en sí, mismo.[6]

La publicidad desempeña también un papel cada vez más grande en el plano internacional, ya que el reducido número de países que producen la mayor parte de la publicidad en el mundo pueden ejercer una fuerte influencia comercial y cultural sobre la inmensa mayoría de los demás. La publicidad norteamericana, que sigue aumentando regularmente, tiene una influencia espectacular en todo el mundo. Hacia 1975, siete de las diez primeras agencias de publicidad de todo el mundo eran totalmente norteamericanas y las otras tres lo eran mayoritariamente. En 1977 las tres agencias más importantes de publicidad eran norteamericanas o japonesas. Directamente o por conducto de sus numerosas filiales en todo el mundo, su volumen de capital total ascendía a 1.415 millones de dólares (Dentsu), 1.262 (J. Walter Thompson), 1.106 (Young & Rubicam) y 1.084 (McCann Erickson), según *Advertising Age* del 17 de abril de 1978.

Los estrategas de la publicidad han señalado algunas áreas que deben ser atendidas por la publicidad durante la próxima década:

a) La interacción entre la educación y la publicidad, definiendo tareas comunes a ambos procesos dentro del mejoramiento de "la calidad de la vida".
b) La creciente estandarización de los hábitos de consumo, promovida dentro de la imagen de un mundo que ofrece la oportunidad de alcanzar una mayor igualdad entre los países.
c) La intensificación de la circulación de bienes entre regiones geográficas, lo mismo que entre sectores sociales diferentes, dentro de un patrón de interdependencia.
d) El entendimiento de una diversidad cultural, pero interpretada dentro del patrón de la gran unidad cultural que facilita el consumo.

Lo anterior permite vislumbrar que los requerimientos de desarrollo para las empresas transnacionales de publicidad tienen alcances estratégicos, según lo expresa uno de sus voceros:

> El producto principal de esta nueva generación de agencias, como se les ha denominado, no será la filmación de comerciales, aun cuando será necesario que los diseñen y les den seguimiento. Tampoco lo será el diseño de símbolos para la identificación de las empresas, aun cuando tengan también que hacerlos. Tampoco lo será la elaboración de panfletos que puedan serles requeridos. Su producto principal habrá de ser la *estrategia* de la comunicación y la agencia ofrecerá cada vez más la visión "desde afuera", tan necesaria para el manejo futuro de las corporaciones.
>
> La agencia habrá de funcionar dentro del campo difícil de las ideas, en el cual las corrientes de cambio son cada vez más rápidas y vigorosas. Los clientes no pagarán precios elevados por realizar tareas rutinarias para las agencias en la actualidad. Sin embargo, ellos pagarán precios altos por asesoramiento de alto nivel sobre estrategias.[7]

3. El mundo de la informática y la concentración transnacional

Uno de los fenómenos centrales de la expansión industrial cultural de la posguerra es el acelerado crecimiento de los sistemas para acopiar, tratar, almacenar y poner en circulación los *datos* del desarrollo inmediato y a largo plazo de la humanidad.

En la actualidad, hay pocas actividades humanas que no estén vinculadas en una forma u otra a las máquinas electrónicas de tratamiento de los datos o influidas por ellas. Sin embargo, la opinión pública latinoamericana conoce muy poco de su verdadera trascendencia. Este mundo de datos y de información clasificada es lo que se conoce como "informática", un mundo con tal fuerza de expansión que constituye la base empírica para que ciertos especialistas predigan una *era de la información* en que toda la actividad de la sociedad estará determinada y controlada por la comunicación por computadoras.

La comunicación por computadora ha sido definida por Ithel de Sola Pool como «cualquier comunicación en la cual al menos en un punto, el mensaje es almacenado en la memoria de una computadora y después procesado y transmitido bajo el control computarizado. Esta definición incluye la comunicación entre computadoras como en el caso de las redes de transmisión; entre el hombre y la computadora y viceversa, como cuando una persona trabaja con una computadora desde una terminal remota; y la comunicación entre usuarios a través de una computadora que almacena, procesa y envía los mensajes, como en los sistemas de comunicación conectados entre sí».

El impacto de la "informática" en la sociedad contemporánea está obligando a desarrollar políticas de tipo nacional que, por lo menos, apuntan a tres aspectos:

- protección sobre el flujo de datos desde el país hacia el exterior y las consecuencias de ello en la soberanía nacional;
- protección del individuo, los grupos sociales y la organización nacional respecto de un sistema informático superpoderoso;
- protección para un acceso igualitario a la tecnología que permita clasificar y usar los datos de manera más eficiente.

En estas tres líneas de acción se inscribió el análisis hecho en la Conferencia sobre Informática realizada en agosto de 1978 en Torremolinos, España, convocada por el *Intergovernamental Bureau of Informatics* (IBI), entidad vinculada al programa general de la UNESCO. Sin embargo, el problema que enfrenta la sociedad contemporánea ante la expansión de la informática no está en el poder informativo existente, sino en las manos de quien ese poder se encuentra. Los equipos necesarios son producidos por un reducido número de empresas privadas, y en el campo específico de las computadoras, IBM tiene un amplio dominio dentro y fuera de Estados Unidos, recibiendo desde el exterior más de la mitad de sus ingresos. En 1975, el 52,6 por ciento del mercado general de computadoras de Europa Occidental se encontraba en manos de la IBM, estimándose que esa participación se mantendrá en los próximos años.

Esta realidad, la potencialidad económica envuelta y el papel que la "informática" puede jugar para aumentar la brecha entre desarrollados y subdesarrollados obliga a un análisis profundo de la situación, ya que lo que pueda haberse ganado en la lucha contra la dependencia informativa en el área de los *mass media* puede perderse por la acción de quienes manejan el poder de la computación. En tal sentido las reflexiones hechas recientemente por Herbert Schiller sobre este aspecto nos parecen pertinentes, ilustrativas y válidas de citar en toda su extensión.

> Grandes transformaciones en la organización y diseminación de la información y en la aplicación especializada de datos a los procesos de producción y distribución en las economías de mercado del mundo occidental, se llevan a cabo a un ritmo vertiginoso. Esto se ha podido apreciar en todas las discusiones públicas, en que los temas de mayor importancia se han referido principalmente a cuestiones técnicas de costos, traducciones y acceso a la información.
>
> No obstante, las cuestiones fundamentales y prioritarias no han sido abordadas. Esto se refiere a si los sistemas y redes de información global instantáneo en proceso de instalación y operación tienen la posibilidad y el objetivo o, con relación a sus propietarios, la intención de ayudar a los pueblos y naciones a vencer la pobreza cultural y económica.
>
> Éste es un tema de la más amplia significación pública. Requiere y merece una discusión completa y abierta, y la más cuidadosa consideración por parte de la comunidad como un todo y no sólo por "expertos" técnicos. Si las posibilidades actualmente en desarrollo son utilizadas de acuerdo con propósitos y esquemas no diferentes a los servicios de comunicación precedentes, se pasará por alto una inmensa oportunidad de resolver algunos de los desbalances sociales e informativos. Si esto no se verifica, podría significar una mayor profundización de las diferencias que ahora separan a unas pocas naciones privilegiadas de un inmenso número de países desfavorecidos.[8]

Esa discusión completa y abierta necesita de la participación clara y comprendida del sector de los tra-

bajadores de la prensa. Ello por dos razones. La primera, porque la informática constituye un instrumento de dominación que, bajo el supuesto de la neutralidad tecnológica, enfatiza la dependencia. La segunda, porque cada vez las líneas paralelas de la información y la informática tienden a encontrarse. ¿Qué puede significar esa convergencia? Que el sistema transnacional informativo dominante ratifique su modelo por la vía de la eficiencia (la eficiencia del modelo capitalista occidental), la prontitud tecnológica y la producción programada; aportes que la informática puede otorgar. Es a esa convergencia y sus consecuencias en la realidad informativa latinoamericana ante la que los periodistas comprometidos deben estar particularmente alertas.

C. Participación del público y sus implicaciones democráticas

El modelo de comunicación creado por el sistema transnacional tiene como meta principal el incremento del mercado. Se trata de lograr que cada vez sean más los que oyen un mensaje, a partir de un solo esfuerzo de transmisión. De esta manera bajan los costos del minuto de transmisión, de la palabra impresa y del plan publicitario en general. Esta meta del sistema hace que los medios de comunicación sean permanentemente evaluados no en cuanto a su calidad, sino en cuanto a su capacidad de audiencia o compradores. Los *ratings* se convierten en una determinante orientadora del quehacer comunicativo. Gerentes y directores de emisoras y periódicos, concebidos en el modelo capitalista de explotación industrial de la información, viven en una permanente dependencia de lo que esos *ratings* indican.

Esto ha creado un fenómeno en el cual la participación de los receptores del mensaje —el público, en general— solo esté remitida a la compra del periódico o revista o al gesto aún más simple de encender o apagar el televisor o la radio. Se ha llegado a un mecanismo de relación en que los medios de "comunicación masiva" actúan ejerciendo un dominio sobre grandes sectores sociales, que reciben los programas, las noticias, la música en el ámbito de su individualidad, desvinculados del resto, ajenos a un proceso de participación. En la misma forma en que el capitalismo promueve el consumo individualista y desarticula la participación permanente y colectiva de todos los sectores en el proceso productivo, genera un sistema comunicativo cada vez más atomizador de la sociedad, más enajenante.

En esencia, es posible afirmar que la comunicación transnacionalizada (ya sea de transnacionales o de sectores nacionales a su servicio) es no participativa por definición, por ser parte y expresión de un modelo de desarrollo que promueve la individualidad y no el debate colectivo. Esto nos lleva, por oposición, a sostener que la comunicación creada dentro de ámbitos políticos y sociales realmente participativos tiene, como meta ineludible de su proceso de desarrollo, alcanzar formas de amplia y rica participación en la elaboración, recepción y retroalimentación de los mensajes.

En el mundo capitalista asistimos a una realidad paradójica: mientras mayor es la capacidad tecnológica para facilitar la comunicación menor es la participación de individuos y grupos sociales en todo el proceso. La acumulación se incrementa geométricamente en quienes ya detentan el poder económico y tecnológico, y disminuye progresivamente en quienes sólo tienen la misión de consumir los productos ya elaborados y diseñados por una minoría.

En el mundo de los países que viven formas progresistas de sociedad se registran constantes esfuerzos por construir sistemas a través de los cuales se haga posible la participación de amplios sectores sociales. Tanto en el ámbito de los llamados *mass media* (prensa, radio, cine, televisión), como en las otras expresiones comunicativas (teatro, folclor, mural, cartel, debates, foros, festivales), se ponen en marcha mecanismos donde la comunicación latente —propia de la realidad participativa con que la sociedad es construida— se haga explícita.

El eje de estas dos realidades no puede ser ubicado sólo en la perspectiva de países desarrollados y en desarrollo; un análisis correcto lo inscribe en el ámbito de posiciones políticas progresistas o retrógradas. Múltiples experiencias, que se ponen en marcha en países desarrollados occidentales, demuestran que existen allí grupos que buscan dar al proceso comunicativo un carácter participativo y democrático, en un intento por romper con el dominio que grandes monopolios imponen en su sociedad. De igual forma pueden constatarse las conductas no participativas que en diversos países en desarrollo, dependientes de la estructura capitalista y sus manifestaciones transnacionales, son impulsadas por los consorcios privados de comunicación. América Latina es, en gran medida, expresión de esto último. Sin embargo, también es en nuestra realidad donde se constata el esfuerzo de periodistas, grupos políticos, organizaciones de base, sindicatos o entidades intelectuales, que ponen en marcha formas de comunicación industriales y no industriales que salen al paso de la influencia del mensaje transnacional. Es la comunicación alternativa, expresión de una realidad participativa, la promotora del cambio y de la democratización.

Estas formas de comunicación, ya sean las creadas en los países que han logrado romper con el capitalismo o aquellas impulsadas por grupos y entidades contestarias al interior del sistema dominante, surgen corno respuesta a la "democratización por el consumo" que promueve el sistema informativo de las transnacionales.

Democratización —dicen— porque existen diversos periódicos en competencia en la esquina, disputándose por atraer la capacidad de compra del lector. Democratización porque un medio de comunicación, a un mismo tiempo, está entregando a diversos sectores sociales un mismo mensaje promoviendo la venta de cierto producto. Democratización, porque el mensaje informativo o de entretención puede llegar a diversos sectores urbanos o rurales de la sociedad. Lo que no se dice es que esa sociedad vive en medio de estructuras antidemocráticas en la medida en que la distribución del ingreso es altamente injusta o que la educación es privilegio de pocos, haciendo que la comprensión de aquella "información para todos" sólo sea percibible y utilizable en toda su dimensión por unos pocos.

¿Dónde se ubican los periodistas progresistas en esta realidad? La respuesta obvia es: junto a los procesos de cambio, de participación, de democratización auténtica. Ello significa movilizarse al interior del sistema en sus actuales estructuras, para impulsar una amplia libertad de prensa que permita avanzar hacia el cambio social. Sin embargo, es necesario entender que todo proceso de democratización creciente que busque una participación más amplia de los diversos sectores sociales en el proceso comunicativo requerirá que el periodista —no obstante ser progresista— rompa con ciertas prácticas que suelen dominarle. De ellas las más significativas provienen de los valores noticiosos que se han estimado propios o naturales del quehacer periodístico, olvidándose que ellos tienen sus raíces en el proceso competitivo capitalista de la prensa norteamericana a comienzos del siglo. ¿No podrá procesarse la realidad de otra forma? ¿No parece lógico promover la organización de los receptores de la información —en asociaciones o centros— para que impulsen un pensamiento crítico que vaya cambiando el carácter de los medios dominantes? ¡Cuánto hay que aprender en esto de la comunicación alternativa y su creatividad!

El camino para lograr estas respuestas puede verse a veces muy oscuro. Sin embargo, es importante que los periodistas sientan que en los receptores de la información, en ese público amplio e influido por las decisiones empresariales, hay un aliado potencial al que no se le toma en cuenta. Pensemos solamente cuánto podría significar en nuestros países, con una televisión casi monopólica y dominante, la

existencia de asociaciones muy amplias que representaran a la gran masa de telespectadores y que, a través de la fuerza de esas organizaciones, los periodistas progresistas encontraran apoyo para avanzar en la obtención de los cambios que ellos hubiesen postulado.

Naturalmente que esto encierra otra perspectiva: la de hacer que las organizaciones sociales, como los sindicatos o las federaciones estudiantiles, integraran en sus plataformas de lucha el problema de la comunicación. Hasta hoy es un tema prácticamente ajeno. Se da de vez en cuando uno que otro ejemplo orientador, pero no por ello menos excepcional. Las organizaciones de trabajadores no incorporan en sus plataformas de lucha este tema y, mucho menos, conciben que ellas también tienen derecho a poseer medios de información general que influyan en la realidad de sus países, así como por un supuesto "derecho propio" lo hacen las entidades empresariales o sus representantes.

Y, por cierto, junto a tales esfuerzos cabe también el impulso, dentro del quehacer de los propios partidos políticos, que se dé no sólo para que éstos tengan su voz y presencia a través de un medio informativo —lo que es absolutamente necesario— sino que además cuenten con una política respecto del fenómeno informativo en sus sociedades; todo ello con proyectos alternativos que impulsen la adopción de auténticas políticas nacionales de comunicación.

Toda esta tarea encierra, además, la necesidad de impulsar la Educación para la Comunicación. En la medida en que se crea conciencia en las escuelas (con *curriculum* regular, como se enseña historia) y se elaboran métodos diversos dentro de las amplias organizaciones de base, se contará con audiencias conscientes de la comunicación y de los derechos que tienen en ella. Cualquier avance en esta línea estará, sin duda, en la perspectiva de democratización que debe orientar el quehacer de los periodistas progresistas, tanto para la redefinición de su tarea como de sus conductas profesionales.

D. Acciones y estrategias frente a lo transnacional: dentro del sistema y en la comunicación alternativa

Los aspectos antes descritos nos llevan al comienzo de esta exposición: no pueden verse los problemas del periodismo por una parte y los esfuerzos sociales en pro del cambio por otra. Hay una interacción inevitable para todo periodista que ubique su capacidad profesional en relación estrecha con las mayorías postergadas.

Por ello es que las posibilidades de acción se deben entender en dos niveles simultáneos que la rica realidad política y social de América Latina nos muestra actualmente:

a) Por una parte, el avance que se logre en el campo concreto de las luchas periodísticas, dentro del cual, al término de la década, encuentra a las organizaciones periodísticas fortalecidas y con una entidad regional —la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP)— que impulsa, orienta, coordina y defiende las grandes metas de un periodismo latinoamericano auténticamente libre.
b) Por otra parte, el impulso que se dé a las experiencias de la comunicación alternativa, las cuales se han convertido en manifestaciones de un campo orientador de gran riqueza comunicativa y política y, en múltiples ejemplos, exitosas en su inserción dentro del procesamiento industrial de la información.

1. Acciones dentro del sistema

Rescatamos aquí las diversas perspectivas de acción que han quedado esbozadas en los análisis anteriores.

Las posibilidades que encierra la relación de los periodistas con los receptores de sus mensajes y la creciente interacción con ellos, puede convertirse en un mecanismo de acción conjunta, frente a la cual el sistema deba ir entregando posiciones. Presiones, boicot y denuncias públicas son realidades en las cuales los "consumidores de la información", así entendidos por el sector empresarial, pueden convertirse en "receptores" comprometidos que, en cuanto tales, pasan de la zona de influencia de la empresa a la de los periodistas promotores del cambio. Las perspectivas de esta interrelación dependen, en gran medida, de estos últimos, porque son quienes pueden tener mayor conciencia inicial de todas las posibilidades del proceso.

Esta alianza estratégica —ya que todo cambio estructural sólo puede fortalecerla— se inscribe en las luchas específicas de los periodistas por una libertad de expresión amplia, auténtica y vinculada con los sectores, generalmente, ausentes de la noticia. Dentro del marco general de las acciones contra el sistema transnacional dominante, que es posible poner en macha desde dentro, se pueden considerar también las siguientes:

a) *La publicidad y su influencia.* Éste es un sector que no deja de plantear algunas contradicciones a ciertos periodistas, aun cuando se ubiquen en posiciones en pro de un cambio en la estructura dominante. Sin embargo, es un tema que requiere de posiciones sólidas, por las cuales se establezcan normas que impidan a la publicidad y a los avisadores convertirse en jueces finales de lo que un medio difunde o no.
b) *Revisión de los conceptos noticiosos.* Cabe aquí impulsar todas las acciones que sean posibles (seminarios, encuentros internos de discusión, publicaciones, etcétera) para avanzar en el cambio de los patrones informativos impuestos por el uso industrial del modelo transnacional. No cabe duda de que éste es un campo con limitaciones, pero tiene espacios abiertos a la presión por un cambio cualitativo en lo que hoy constituye el flujo informativo dominante.
c) *Ampliación de los actores de la información.* En relación con el enunciado anterior cabe impulsar, desde las diversas entidades periodísticas, un intenso movimiento que altere el cuadro actual de "actores" de la información. Actualmente los actores de la información son aquellos ubicados en las fuentes de fácil acceso, donde el periodista recibe un trato preferencial y, muchas veces, moral o económicamente corruptor. Imponer acciones que vayan haciendo de un medio informativo expresión de actores amplios y variados, es un avance en la línea de la democratización informativa. Ningún otro apoyo más sólido podrá tener un periodista que contar con amplios sectores sociales que le siguen, le informan, le respaldan y exigen su presencia.
d) *Participación en la decisión informativa y gerencial.* Éste es un planteamiento obvio dentro de la actual estructura. Todo aquello que conduzca a que los periodistas tengan derecho a tener una o más posiciones en el directorio de los medios informativos constituye un paso. Sin embargo, es evidente que sólo se trata de un paso en la línea de cambios que no puede detenerse en esa participación. Ella es sólo coyuntural en el marco de los cambios sociales más amplios, que conduzcan también a un cambio profundo en la estructura de propiedad vigente.
e) *Mecanismos de expresión exclusiva y autónoma de los periodistas.* En ese nivel ubicamos las acciones que puedan exigir los periodistas para que el campo "les quede libre". Buscar que un día de la semana el sistema industrial detenga su propia producción y la deje abierta a la producción periodística sindical, dándole el apoyo técnico correspondiente, puede ser un objetivo importante de la lucha de las organizaciones periodísticas progresistas. Existen precedentes con otros marcos y objetivos políticos (España y *La Hoja del Lunes*) que pueden servir de referencia para aplicar el modelo con perspectivas distintas. En el marco de la radio y la televisión podría pensarse en fórmulas similares (derecho de los sindicatos a tener determinada cantidad de espacio al mes o al año).

Desde otro ángulo consideramos aquí las acciones que se impulsan para que los periodistas puedan tener una columna o espacio de su exclusiva responsabilidad, donde dispongan de toda autonomía para ejercer su oficio periodístico. Son avances parciales, pero importantes dentro de las características que el sistema presenta.

f) *Adopción de políticas nacionales de comunicación.* El luchar por la adopción de políticas nacionales de comunicación que hagan efectivos los acuerdos de conferencias como la de UNESCO, en 1976, en San José de Costa Rica, constituye una meta de múltiples perspectivas en el quehacer actual de los periodistas. Todo paso en pro de la adopción de políticas comunicativas verdaderas, participativas y en pro de un amplio acceso de todos los sectores a la comunicación constituye un avance que perfecciona el camino para alcanzar las metas de auténtica democratización del proceso comunicativo. Hacer que tales postulados sean exigidos por sectores sociales amplios, políticos, sindicales, estudiantiles y de base, constituye una tarea de expresiones concretas para los periodistas ubicados en una posición de cambio de las estructuras dominantes de su dependencia transnacional.

g) *Impulso de una educación renovada para los periodistas.* Aunque amplios sectores del campo periodístico no han pasado por escuelas especializadas, no cabe duda de que éstas tienen una fuerte influencia. En la medida en que sus programas sigan estando al servicio del modelo transnacional de explotación de la información, continuarán creando obstáculos a un cambio real en la conducta profesional de los periodistas. Debe lucharse por un *curriculum* progresista, latinoamericano y flexible, e impulsar la creatividad de los periodistas jóvenes.

h) *La información como bien social.* Una de las afirmaciones más concretas que surgen del análisis del sistema transnacional de la información es su tratamiento de la información como mercancía. Y en este carácter la información aparece determinada por el proceso de extracción, procesamiento, distribución y venta, propio de cualquier instancia capitalista industrial. Frente a esta realidad emerge el concepto de la información como un "bien social", perteneciente a toda la sociedad y no sólo a determinadas minorías poderosas. Avanzar en esta perspectiva —en camino paralelo a aquel que ha hecho de la educación un bien social— constituye un cambio importante dentro del sistema, que obliga a la responsabilidad de quien efectúa la acción de informar. Esa responsabilidad puede ser reclamada por los sectores sociales más amplios y por los periodistas conscientes de la necesidad del cambio.

2. La comunicación alternativa y su potencialidad

En la enumeración anterior hemos tratado de sistematizar aquellas acciones posibles de llevar adelante dentro del sistema, en la búsqueda de una libertad de prensa ampliamente democrática. Pero, tal como lo expresamos al comienzo, eso es sólo un campo de acción. Existe otro cada vez más prometedor y a veces sorprendente por su capacidad de influencia, motivación y potencialidad político-social: la comunicación alternativa.

¿Qué es la comunicación alternativa? ¿Y frente a qué se la considera alternativa?

Dentro de este concepto se ubica a todas las formas de comunicación que emergen como respuesta al sistema dominante, cuyos centros de poder se asientan en los países capitalistas occidentales y cuya expresión es una permanente expansión de tipo transnacional. Esto implica que, de una u otra forma, las experiencias de comunicación alternativa se inscriben en el proceso de liberación de los pueblos y en la promoción de una democratización efectiva.

La comunicación alternativa puede expresarse en diversos medios:

a) Agencias noticiosas de alcance nacional o internacional, que tienen un tipo de información útil al conocimiento, comprensión y dinámica del desarrollo participativo y solidario.

b) Periódicos y revistas producidos dentro de las normas de tipo industrial y distribuidos dentro de este marco, pero cuyos contenidos se ubican en la posición crítica al modelo de desarrollo imperante y estimulan la formación de grandes sectores sociales conscientes e informados.

c) Programas de radio —muy excepcionalmente de televisión— que establecen un tipo de lenguaje, de difusión musical y de ciertas noticias que les convierten en instrumento de expresión y motivación de sectores importantes de la sociedad afectada por la dominación.

d) Revistas producidas a partir de organismos sociales de base o experiencias ajenas al sistema industrial, cuya producción y circulación sale de los circuitos industriales pero cuyo impacto puede ser profundo por el nivel de adhesión que encuentra en aquellos sectores a los que representa.

e) Discos y casetes, portadores de música —y a veces textos— representativos de una cultura contestataria a la cultura transnacional impuesta por el sistema mercantil.

f) Vídeo-casete, utilizado como instrumento de información, entretención y orientación en diversos niveles de la sociedad, especialmente entre los sectores urbanos y rurales postergados; igualmente utilizado como registro de las manifestaciones artísticas o de denuncia hechas por el propio pueblo y sus exponentes.

g) Grupos productores de cine alternativo, en el nivel industrial como en el nivel de 16 mm y Super 8, cuya tarea es tanto registrar el quehacer popular —en sus luchas, dramas y alegrías— como difundir dentro de los sectores sociales de base un mensaje filmado, que impulse la toma de conciencia en los espectadores.

h) Grupos de teatro que insertan su temática dentro de la realidad social que les envuelve y son expresión de las contradicciones de la sociedad afectada por el modelo transnacional, especialmente de sus injustas consecuencias económicas y sociales en amplios sectores de la sociedad.

i) Grupos de arte, que sacan su capacidad de expresión estética del marco estilista, para salir al encuentro de diversas experiencias en que el "arte junto al pueblo" encuentra motivaciones y se hace expresión —en grabados, murales o pinturas callejeras— de las aspiraciones populares más significativas.

j) Festivales y encuentros, donde la interacción entusiasta de trabajadores, estudiantes y artistas crea un lenguaje común y ratifica la legitimidad de lo alternativo como instrumento de cambio y cuestionador del sistema.

Todo este conjunto de posibilidades no puede ser ajeno al periodista latinoamericano. Algunas veces son vías de su campo habitual de expresión (agencias, periódicos, revistas o radio), pero el conjunto es más amplio y está creando un fenómeno donde lo comunicativo ya no es campo exclusivo de los medios masivos, sino parte de circuitos diversos en su amplitud e influencia.

En un reciente análisis efectuado por los periodistas latinoamericanos convocados a un encuentro del ILET, se dijo:

> Las experiencias registradas en periódicos y revistas de Brasil, el uso de la radio en República Dominicana, la multiplicación de revistas populares en Perú, las publicaciones alternativas en Chile o las formas de comunicación política emergentes en Bolivia, demuestran que existe un amplio campo informativo vinculado a importantes sectores de la población que están abiertos a un flujo democrático, de mensajes más ricos en análisis y más ligados a los problemas y aspiraciones de las grandes mayorías de la región. Esta información alternativa ha logrado, en algunos casos, tal fuerza que ha obligado a los medios masivos del sistema a tomar aquellos temas tratados inicialmente por el nuevo periodismo latinoamericano.[9]

Igualmente se tocaron allí las posibilidades de participación que promueve la comunicación alternativa.

De hecho, el análisis de la mayoría de las experiencias existentes señala que la *comunicación alternativa es participativa por definición*, ya que emerge y se sostiene por su capacidad de expresar a ciertos sectores postergados y, en consecuencia, está estrechamente vinculada a ellos. Es la acción política de grupos sindicales, como los obreros metalúrgicos de Sao Paulo, lo que ha dado fuerza a la prensa alternativa en aquel estado brasileño. Y por ello no es de extrañarse que en un documento de la inteligencia militar, dado a conocer por *O Estado de São Paulo* por las contradicciones del sistema, se hiciera pública la posición de los militares frente a estas formas de comunicación: «liquidar la prensa alternativa antes que ella nos liquide a nosotros». Hoy existen más de 300 publicaciones de este carácter en Brasil, lo cual constituye una de las experiencias más ricas y orientadoras de esta forma de comunicación.

La comunicación alternativa se encuentra, sin embargo, muy desmembrada. Las revistas de este carácter, que existen en cada país, no han establecido una vinculación que las coordine, enriquezca su cobertura y diversidad temática y las ubique en un sistema alternativo latinoamericano de periodismo. Sin duda ésta es una tarea fundamental, sobre todo si se considera la fuerza que tiene el sistema transnacional para crear su red y hacerla funcionar coordinada y dominantemente.

Por ello pueden surgir dudas, que ya se han planteado, en el sentido de que las diversas formas de la comunicación alternativa no logran afectar profundamente el sistema y que se desarrollan en una zona marginal, con lo que se ratifica la estructura dominante. Otros, por su parte, se preguntan a qué situación queda relegada la prensa clandestina cuando la comunicación alternativa —contestataria, pero limitada— surge dentro de una realidad opresiva.

En nuestra visión global del fenómeno creemos que la comunicación marginal es una experiencia previa que impulsa el proceso de la comunicación alternativa. Es más, diríamos que toda comunicación alternativa se plantea inicialmente como un fenómeno marginal: es un sector o grupo minoritario el que echa a andar un medio. En la medida en que ese medio auténticamente se hace parte de la "praxis social", adquiere la fuerza para permanecer, dejando de ser una forma marginal y pasando a ser expresión alternativa. Desde la perspectiva de la experiencia clandestina no está en cuestión la alta circulación ni el apoyo social amplio, ya que éste repetidas veces se logra. Su existencia subterránea está determinada por las condiciones represivas existentes, en las cuales ciertas experiencias alternativas tienen un papel que cumplir —ganar espacio en la superficie, usando un lenguaje cuidadoso— y las experiencias clandestinas tienen la imposibilidad de estar en la superficie, pero su lenguaje puede ser directo y de impacto. En esa perspectiva es lógico entender que la comunicación alternativa ayuda a avanzar hacia la democratización que permita llegar a la etapa donde la prensa clandestina ya no es necesaria y hermana su experiencia vital con las formas alternativas para avanzar conjugadamente en búsqueda del cambio del sistema.

La fuerza de estas expresiones paralelas de comunicación puede romper con sistemas industriales amplios y poderosos, aunque éstos tengan el poder tecnológico y financiero en sus manos. Ernesto Vera, presidente de la Unión de Periodistas Cubanos (UPEC), nos ha dado un ejemplo elocuente dentro de la realidad cubana. En tiempos de Batista, en un país con 7 canales de televisión, 14 diarios de alcance nacional y cientos de radios, la gran mayoría de la gente escuchaba las transmisiones de Radio Rebelde. Ella decía una verdad, decía algo distinto y por ello tenía demanda.

¿Cuál puede ser la actitud de los periodistas progresistas frente a todo este fenómeno?

Impulsarlo y ser parte de él en todas las formas posibles. En la medida en que la red de lo alternativo se consolide y se haga fuerte, el periodista encontrará en ella un apoyo a su acción y una presencia para cambiar los medios informativos dominantes y la estructura de poder que los determina. La posición justa es hacer avanzar no en líneas paralelas, sino al encuentro en el cual la comunicación alternativa se incorpore plenamente a la comunicación masiva y, a través de ésta, alcance a amplios sectores sociales, entregando la riqueza de un mensaje cuyo origen está en las inquietudes, en los debates y luchas populares.

Notas

1 Informe de la Reunión de Trabajo de Periodistas Latinoamericanos sobre el Nuevo Orden Informativo Internacional. Proyecto RLA/77/007. ILET, México, mayo 1979. Proyecto ALA/ 77/007. ILET, México, mayo de 1979.

2 Somavía, Juan (1977). "La estructura transnacional de poder y la información internacional" en Reyes Matta, Fernando (comp.). *La Información en el Nuevo Orden Internacional*. México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).

3 González Manet, Enrique (1979). "Realidad y Perspectivas del Nuevo Orden Internacional de la Información", (mimeografiado). La Habana, UPEC.

4 Discurso inaugural en el *Seminario sobre libre flujo de información internacional.* Comisión internacional para el estudio de los problemas de la comunicación (Comisión MacBride). Estocolmo, UNESCO, abril 1978.

5 "The Associated Press and News from Latin America: a gatekeeper and news flow study". Al Hester, Londres, University Microfilm International, 1977.

6 "Informe Preliminar", Comisión Internacional para los Problemas de la Comunicación, UNESCO, 1978.

7 Janus, Noreene y Roncagliolo, Rafael (1978). *A survey of the transnational structure of the mass media and advertising.* México, ILET.

8 Schiller, Herbert (1978). "Informaciones por computadora: ¿por quiénes y para qué?" en *Boletín Comisión Nacional Cubana de la Unesco,* Nº 75-76, mayo.

9 Informe de la Reunión de Trabajo de Periodistas Latinoamericanos. *Ob. cit.*

Reyes Matta, Fernando (1981). Extracto de "La comunicación transnacional y la respuesta alternativa" en Simpson Gringberg, Máximo (ed.) *Comunicación Alternativa y Cambio Social. I América Latina*. México, Universidad Nacional Autónoma de México. Reproducción autorizada por el autor.

Extracto de

Comunicación y sociedad civil: una temática incipiente

Elizabeth Fox

Una observación a manera de introducción de estas notas es lo poco que se sabe en torno al tema de la comunicación y la sociedad civil. Por supuesto que diferentes aspectos del mismo sí han sido examinados; por ejemplo, el impacto de las comunicaciones masivas sobre la población o la estructura de los medios, pero raras veces se ha tratado la significación de la comunicación dentro y como parte de la sociedad civil. Menos aún ha sido estudiado en relación con el Estado y considerando las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Como se observó, a pesar de que en América Latina apenas empieza tal actividad de investigación y reflexión, existe una larga tradición en la región sobre los temas tomados por separado, o sea, sobre la comunicación y sobre la sociedad. Los puentes entre las dos áreas de análisis están por construirse. Esta tarea significa, por un lado, acabar con muchos de los estereotipos que existen sobre los procesos de comunicación de la sociedad y, por otro, empezar a formular nuevos interrogantes acerca de ello.

Estas notas tratan de señalar algunos de estos interrogantes. Han sido elaboradas desde una posición de perplejidad sobre el tema y se relacionan a la vez con otra preocupación que está comenzando a sur-

gir en la región y que últimamente ha agrupado a investigadores de varias disciplinas, a saber, la comunicación y la democracia. En ambos temas —la comunicación y la democracia, y la comunicación y la sociedad civil— el conocimiento es bastante embrionario en cuanto a acumulación, así como también a la identificación de áreas de estudio. No existen definiciones claras. Más bien se trata, entonces, de abrir, de una manera algo novedosa y preliminar, interrogantes que parecen de considerable importancia.

La primera pregunta es por qué estudiar las comunicaciones desde la perspectiva de la sociedad civil y por qué hacerlo ahora. La respuesta tiene que ver con el contexto actual de la región. Aunque siempre han sido relevantes, las relaciones entre las comunicaciones y la sociedad civil, hoy, frente a las restricciones a los procesos de comunicación y la desmovilización de muchos sectores de la población, cobran mayor importancia. La supresión o eliminación de muchas de las formas más tradicionales de comunicación es la norma dentro de los países de la región, con pocas excepciones. Valen entonces las preguntas: ¿Qué procesos de comunicación continúan entre los miembros de la sociedad? ¿Cómo éstos reciben, envían y procesan información, y con cuáles consecuencias para el tejido social? Eliminadas las formas de comunicación más usuales,[1] ¿qué opciones existen para afirmar o construir un actor o un grupo social?

A primera vista, lo que trasciende en cuanto a procesos de comunicación en sociedades bajo regímenes autoritarios es un gran silencio y una ausencia de formas de participación de la población en procesos de intercambio y elaboración de mensajes y de sentido, como fruto de la represión. En condiciones como éstas surgen actores de comunicación algo distintos, por lo menos en el rol que desempeñan. Ejemplo de este nuevo rol puede ser el que cumple la iglesia como medio de comunicación y de elaboración de sentido para diferentes grupos sociales. También aparece lo que ha sido denominado comunicación "alternativa" o comunicación de resistencia. Es "alternativa" en cuanto se diferencia de la "industria cultural", pero también porque ofrece otros medios de consolidación de la identidad social para grupos con posiciones críticas respecto de los procesos económicos y culturales hegemónicos o sin acceso a los mismos. Lo que tienen en común las distintas expresiones de este tipo es constituir un lugar discursivo dentro de la sociedad civil y por lo general relativamente autónomo respecto del orden imperante, orden que precisamente prohíbe gestar tales espacios dentro de su estructura.

Este fenómeno no es nuevo, pero hoy el grado de exclusión social al que han llegado muchos de los regímenes de la región empuja a que se multiplique y renueve. Entonces, como una primera área de exploración y análisis dentro del tema que nos ocupa aparece la constitución de espacios discursivos independientes en el seno de una sociedad civil, frente a un Estado autoritario y restringido.

Este fenómeno y la manera de interpretarlo se distinguen claramente de lo ocurrido al comienzo de la llamada revolución de las comunicaciones, que tuvo lugar luego de la Segunda Guerra Mundial. En ese momento las expectativas y preocupaciones se daban en relación con el potencial de los medios masivos de ampliar la base social de regímenes democráticos u otros, por medio de la difusión de información hacia diferentes sectores de la sociedad. Se vio, entonces, el papel de la comunicación al servicio de estas esperanzas bajo el poder del Estado y en estrecha coordinación con la industria nacional. En pocas palabras, el enfoque de las primeras investigaciones sobre comunicación en relación con la sociedad civil tomaban por cierto que el objetivo del Estado era la participación y la expansión de la base social, proveyendo una mayor información al ciudadano y a la vez recibiendo sus demandas más cabalmente.

Este enfoque llevó a esquemas de comunicación bastante verticales y utilitarios. Como se puede observar, el punto de partida no fue la sociedad misma, sino más bien el Estado. Práctica y teóricamente la pregunta es cómo se llega, cómo se persuade, cómo se modifican las actitudes del ciudadano.

Paulatinamente, como sabemos, la pervivencia de restricciones a la participación y la aparición de formas más dramáticas de la misma puso en crisis la comprensión anterior y la labor de investigación en el campo de la comunicación se escindió en dos aspectos, teórico-crítico el uno y pragmático-acrítico el otro, al servicio de los objetivos de manipulación y difusión ideológica.

No obstante, las situaciones autoritarias y excluyentes no alcanzan a dominar toda la dinámica discursiva de la sociedad, que más allá de la represión y la manipulación, mantiene y crea ámbitos diferenciados de expresión. Estos procesos de comunicación dentro de la sociedad civil, empero, no han sido el centro de la investigación en el campo de las comunicaciones durante la última década, con excepción de algunos acercamientos aislados, como pueden ser los análisis de brotes de cultura de resistencia. El énfasis mayor de la investigación crítica estuvo puesto más bien en aspectos del manejo de las comunicaciones masivas, la publicidad como agente de distorsión de los medios, la falta de libertad de expresión en la prensa y la falta de libre flujo de información frente a las condiciones de las comunicaciones masivas, cada día más comercializadas y distantes de las necesidades básicas de la población. Los propietarios de los medios de alcance nacional centraban su atención en las limitaciones impuestas regionalmente al libre flujo de sus mensajes. Hubo cierto interés en la aplicación de los medios de comunicación a fines educativos y de desarrollo nacional. Sin embargo, poco o nada de esta actividad investigativa enfocaba los fenómenos de comunicación en el seno de la sociedad.

En conclusión, si bien a principios de la revolución de las comunicaciones durante el periodo en el cual se esperaba que los medios masivos aumentasen la participación, la empatía de la población, el conocimiento y creación de nuevos líderes, estaba subyacente el tema de la comunicación y la sociedad civil, aunque desde un punto de vista bastante vertical. Esta preocupación, lo poco que existía, desapareció con la creciente comercialización de los medios y el fortalecimiento de un Estado autoritario.

Lo antes expuesto nos llevó a una situación que es hoy de poco conocimiento y de perplejidad generalizada respecto de los fenómenos de comunicación en América Latina. Frente a esta perplejidad a continuación se enumeran algunas preguntas que pueden servir de orientación para una futura búsqueda e investigación en esta área.

La primera pregunta tiene que ver con la posición de la sociedad civil frente a una comunicación autoritaria, manipulada y no participativa. La imagen de una sociedad apática y silenciada ha sido hasta ahora, sobre todo en América Latina, lo predominante: frente a una comunicación controlada y manipulada no hay otra opción que el silencio. Así se abren dos hipótesis generales: la de aparente inmunidad o impermeabilidad de ciertos sectores de la sociedad frente al control o manipulación (inmunidad o impermeabilidad que parece extenderse a la organización de ciertos procesos de comunicación dentro de la sociedad que hace contrapeso o mediatiza tal manipulación) y, por otro lado, como un punto extremo del *continuum*, cierta complicidad que tiene lugar entre una comunicación controlada y manipulada y la población. Este fenómeno fue observado por Hannah Arendt en relación con la experiencia de la propaganda bajo el Nacional-Socialismo en Alemania, llevándola a la conclusión de que el apoyo masivo al totalitarismo no era producto de la ignorancia ni del lavado de cerebro.

> «Sin duda, el hecho de que el gobierno totalitario, pese a su abierta criminalidad, contara con un apo-

yo masivo es muy inquietante. Resulta por ende casi sorprendente que los académicos como los estadistas se rehúsen con frecuencia a reconocerlo; los primeros, creyendo en la magia de la propaganda y el lavado de cerebro, los últimos simplemente negándolo, como Adenauer lo hizo repetidamente. Una reciente publicación de los informes secretos sobre la opinión pública alemana durante la guerra (de 1939 a 1944), elaborados por el Servicio de Seguridad de las SS es muy reveladora a este respecto. Demuestra, primero, que la población estaba muy bien informada de todos los supuestos secretos: las masacres de los judíos en Polonia, la preparación para el ataque a Rusia, etc. En segundo lugar, "el extremo al cual las víctimas de la propaganda permanecieron capaces de formarse una opinión independiente". No obstante, el meollo del asunto es que esto no debilitó en absoluto el apoyo general al régimen de Hitler. Resulta obvio que el apoyo masivo al totalitarismo no proviene de la ignorancia ni del lavado de cerebro».[2]

Es una afirmación radical, pero ilustra la relación compleja y contradictoria, ni tan mecanicista, que existe entre la comunicación totalitaria y controlada y la sociedad civil. Se pregunta, entonces, ¿cuáles son aquellas condiciones de comunicación dentro de la sociedad, frente al manipuleo y represión de la comunicación que llevan a la impermeabilidad o a la complicidad?

El segundo interrogante tiene que ver con las condiciones de participación de la sociedad en procesos de comunicación. Específicamente, ¿cuál es la viabilidad de crear estructuras participativas de comunicación en una sociedad cuando, para ser viables, tienen que surgir de una estructura previa de los grupos? Esta pregunta se relaciona con la cuestión de la tecnología y de la propiedad de los medios de comunicación, ya que en gran medida, hasta ahora, se ha visto el problema de la participación en la comunicación como dependiente solamente de la propiedad de los medios y de la selección de una tecnología apropiada.

La tercera área de preocupación referida a la comunicación en la sociedad civil es la naturaleza de la "comunicación alternativa". Lo "alternativo" ha sido definido como aquello diferente de los medios masivos. Sin embargo, vale preguntarse si la comunicación alternativa no tiene base más esencial, en lugar de verla solamente en su oposición a una estructura de medios establecida. En otras palabras, hasta qué punto la comunicación como parte integral de los diferentes sectores de la sociedad no va a ser siempre una comunicación alternativa frente a la "industria cultural", que parece representar sólo a un sector o una elite de la sociedad.

En cuarto lugar uno puede cuestionar la supuesta unidad de la industria cultural. Será que efectivamente ésta representa sólo o predominantemente al sector de la sociedad que es su propietario o financiador, o aún dentro de ella se reproducen y expresan algunos de los mismos matices, sectores y conflictos que existen en el conjunto más amplio.

Una pregunta final apunta hacia los procesos de democratización de la sociedad y dentro de ellos los procesos de democratización de la comunicación. Aquí se observa que no solamente por la participación de la sociedad la comunicación se hace necesariamente renovadora. Hay matices conservadores como los hay renovadores dentro de una sociedad, y la comunicación por parte de los diferentes sectores no puede sino ser el reflejo de estos matices. La devolución de las comunicaciones a la sociedad no es lo mismo que una comunicación para el cambio. Sin embargo, este retorno representaría un componente de la democratización de la sociedad total. Por lo tanto, la relación entre la comunicación, la sociedad civil y la democracia se hace más estrecha en la medida en que la sociedad en su conjunto se transforma y se redemocratiza. Y el valor de la expresión de cada sector, expresión que hace a la consolidación discursiva de su identidad social, es relevante con independencia de cuánto sea caracterizable como comunicación para el cambio.

Notas

1 Nos referimos a las reuniones públicas, sean de carácter sindical, político o cultural; a las limitaciones que la población se impone a sí misma por la violación de la privacidad de la correspondencia y de las comunicaciones; a la imposibilidad de reproducir volantes, folletos u otro tipo de vehículos de expresión; y, asimismo a las limitaciones en cuanto el acceso a los medios masivos.

2 Arendt, Hannah (1968). *Totalitarianism*. Parte III, 2 vol. New York, Harcourt Brace Jovanovich.

Fox, Elizabeth (1982). "Comunicación y Sociedad Civil: Una Temática Incipiente" en Revista *Comunicación y Sociedad* Nº 7. Buenos Aires, Telemática y Sociedad.

La necesidad de desmitificar nuestras palabras

Extracto de *Información es lo contrario de incertidumbre*

Andreas Fuglesang

«¿Por qué ustedes los Mzungu [personas blancas] no tratan de entender las mentes de los africanos en lugar de su capacidad de trabajo? Ustedes no entienden que sus palabras no pertenecen a nuestra mente». —*Mukahamubwatu, una aldeana anciana, Mapanza, Zambia*

«[...] Uno de los principales motivos de nuestra incapacidad de entender es que no poseemos una visión clara del uso de nuestras palabras». —*Ludwig Wittgenstein*

La virtud de la exactitud

Nuestro idioma es una técnica de comunicación que aprendemos a dominar a partir de nuestro entorno social. Las palabras que aprendemos tienen connotaciones culturales y reflejan los prejuicios, preferencias, simpatías, aversiones, supersticiones, tabúes o mitos de ese entorno social. El dominio de un idioma también significa someterse a hábitos verbales y juicios de valor. Nos comprometemos, en el uso casual y cotidiano, a significados de las palabras que, en momentos más reflexivos, quizá no quisiéramos que los tuvieran. Por ejemplo, la palabra "exacto" tiene una connotación virtuosa y, por el contrario, "inexacto" tiene una connotación censurable. De allí surge el mito de que las notas al pie, la bibliografía y las afectaciones verbales del

académico son medios de comunicación más exactos y, por ende, más valiosos que los comentarios atrevidos del hombre de la calle o los proverbios transmitidos por los mayores de la aldea debajo de un árbol. Obviamos el hecho de que estas personas y el académico no tienen los mismos parámetros para medir la exactitud. No hay un solo ideal de exactitud.

Desconfiar de la gente

El mito sostiene otras ilusiones raras; por ejemplo, que un juicio sobre la realidad hecho por un experto técnico es más confiable que el de un campesino. Irrespetamos las ideas y opiniones de la gente que no ha adquirido sus conocimientos en los libros, sino en otras fuentes. Conceptos erróneos como éstos también proliferan en otros sentidos; por ejemplo, la idea de que existe una sola manera correcta de hablar y escribir un idioma, que algunos de los dialectos de un idioma son inferiores y que algunos idiomas tienen cualidades más sofisticadas y expresivas que otros.

Esto lleva a la idea de que un idioma extranjero representa la opresión colonial o la dominación cultural, o a la idea de que una comunidad no hace más que salvaguardar su identidad cultural al mantener su idioma tribal. Todos los exponentes de estas ideas están cediendo al mismo mito del paternalismo, a la desconfianza general de la capacidad de las personas para hacer frente a sus propias vidas. No se dan cuenta de que las personas desarrollan el idioma que necesitan; las personas aprenden una habilidad o aprenden algo cuando perciben que es una prioridad.

El mito de la necesidad lógica

Una aureola de supersticiones y juicios de valor rodea los conceptos de *lógica* y *necesidad lógica*. En la cultura europea consideramos, más o menos explícitamente, que es deseable ser lógico y, por el contrario, que es indeseable ser ilógico. ¡Ser muy lógico es incluso admirable! Asignamos universalidad al concepto de la necesidad lógica y hablamos sobre "el universo lógico", "el mundo de la razón pura", "un sistema libre de contradicciones"; es decir, la negación, piedra/no piedra. Con esto, pasamos por alto la simple circunstancia de que la universalidad no es, en realidad, un hecho, sino sólo una característica de la imagen lingüística que usamos.

La necesidad se puede definir como un estado en el que se excluyen todas las alternativas menos una; es decir, se excluyen de la imagen. La situación es muy simple y, qüizá por eso, no la vemos claramente. Lo

Hablando rápido o escuchando bien

1982

Extracto de *Información es lo contrario de incertidumbre*

Andreas Fuglesang

La información no es comunicación. La información no es más que comunicación en potencia. Debemos usar la información de la manera apropiada, en el contexto social apropiado, para que ocurra la comunicación. La comunicación entre las personas no prospera gracias a la habilidad de hablar rápido, como parecen pensar algunos profetas de los medios masivos, sino gracias a la capacidad de escuchar bien. No nos comunicamos al embutir una enorme cantidad de datos en un monólogo, sino al ser socialmente inteligentes y capaces de escuchar lo que la otra persona tiene en mente antes de responder. Es tan sencillo y, sin embargo, fracasamos continuamente en nuestro intento de comunicarnos debido a una actitud egocéntrica.

Fuglesang, Andreas (1982). Extracto de "Information is the opposite of uncertainty" en *About Understanding: Ideas and Observations on Cross-Cultural Communication.* New York, Decade Media Books, Inc. Reproducción autorizada por Minou Fuglesang.

único que corresponde a una "necesidad lógica" en nuestro idioma es una regla arbitraria. El concepto de una "necesidad lógica" en el silogismo aristotélico o en otros mecanismos lógicos es simplemente una convención lingüística-social. Por lo tanto, sólo es válido para quienes se adhieren a esa convención. Por consiguiente, decir que una persona de otra cultura ha hecho una "declaración ilógica" expresa, en realidad, una actitud racista en el mundo de la lógica. Que el lenguaje de la lógica formal sea útil en algunas situaciones es otra cosa.

Ludwig Wittgenstein ha expuesto muy lúcidamente este concepto de lo que es la "necesidad lógica". Sólo la podemos entender si entendemos cómo usamos nuestro lenguaje.[1]

El mito de la tecnología

Pasemos a otras palabras que suelen mitificar y nublar nuestra visión de cómo usamos nuestro lenguaje. *Tecnología* es una de esas palabras. Un mito predominante emana de la connotación de que la tecnología moderna es para el bien de la humanidad. Es deseable, limpia, apolítica y eficiente, en el largo plazo es económica y, sobre todo, *la tecnología es necesaria*. Los medios masivos y nuestro entorno social moderno han propagado estas connotaciones tan eficazmente que se han convertido en sinónimos de la palabra "tecnología". En nuestro subconsciente, estas connotaciones son el "significado de la palabra". Eso es lo que "vemos" y al verlo, quizá porque la tecnología es en sí misma tan conspicua, pasamos por alto el hecho de que la tecnología es una manifestación de un sistema político específico, a saber, una sociedad basada en principios capitalistas, y que el hecho de que se trate de capitalismo privado o estatal es intrascendente en este caso. La astucia del mito queda demostrada por el hecho de que le echamos la culpa de la polución ambiental a la tecnología, mientras que el verdadero culpable es el sistema político. Un mundo sin la tecnología moderna es claramente concebible y posible. Incluso podríamos decir, con cierta justificación, que la tecnología no es necesaria.

El mito del desarrollo

Otro mito de nuestro lenguaje se proyecta a través de la palabra *desarrollo*. Entremezclado con el mito de la "tecnología", tiene muchas de las mismas connotaciones. Además, su uso general implica un juicio de valor; es decir, que el desarrollo social bueno y deseable es sinónimo de crecimiento económico, un proceso lineal de cambio social que termina en el modelo de la sociedad moderna occidental de consumo. El mito es que ésta es la única dirección concebible y posible de desarrollo social. También es un mito que los pueblos del Tercer Mundo —siervos de deudas nacionales, déficits comerciales y opresión cultural— tienen la libertad de definir la dirección de dicho desarrollo. Este mito es sustentado especialmente por el flujo de norte a sur de los monopolios de la información.

El mito del desarrollo tiene efectos devastadores a nivel local y humano. El uso de términos como "no desarrollado" o "subdesarrollado" es escandaloso. Quienes han trabajado estrechamente con personas del Tercer Mundo no pueden evitar advertir lo hiriente que es ser llamado subdesarrollado, que se diga explícita o implícitamente que lo que haces está equivocado, que lo que has hecho es inferior y que en realidad no sabes lo que deberías hacer.

No existe la mente primitiva

Otra mitificación está representada por la palabra *primitivo*. La palabra tiene una connotación despectiva e implica una etapa anterior del desarrollo de la humanidad o una etapa desde la cual la sociedad debe avanzar. En general, se utiliza para indicar algo de calidad inferior: "viven en una casa bastante primitiva" o "esta institución tiene una administración primitiva". Además, por supuesto, primitivo se usa

para caracterizar a las sociedades del Tercer Mundo. El mito de la "mente primitiva" ha sido un concepto particularmente tenaz. Ha sido alimentado por el "ciudadano civilizado" desde los días de las batallas de los romanos contra los bárbaros y elevado por los románticos desde Rousseau. El mito de la "mente primitiva" adquirió más impulso a través de la escuela freudiana de psicoanálisis y hoy prolifera en la psicología educativa tan alabada de J. Piaget.[2]

Es fundamental darse cuenta de que el fenómeno de la mente primitiva no existe. Esta noción es una herramienta verbal de opresión aplicada hábilmente por los privilegiados bajo el manto de la erudición. Los procesos mentales de todas las personas son funcionalmente equivalentes y se pueden inferir del comportamiento lingüístico de los pueblos.[3] No hay tal cosa como una etapa de desarrollo mental que es "inferior" al de una persona educada. La noción de que ser "analfabeto" es algo menos deseable, menos valioso que ser alfabeto se deriva de nuestro mal uso del lenguaje. Los procesos mentales de las personas no son diferentes, lo que puede ser diferente son los sistemas de clasificación que utilizan para describir la realidad.

Esta premisa es fundamental para comprender y resolver los problemas de la comunicación transcultural.

El mito de las instituciones sociales

Examinemos más de cerca las connotaciones míticas de las instituciones sociales como la iglesia, la administración pública, el gobierno, las fuerzas de defensa nacional, los sindicatos, la industria, el *establishment* médico, la comunidad de negocios, las finanzas, el sistema educativo, la familia y los medios de comunicación masiva. Estas instituciones tienen funciones especializadas complejas, a menudo incomprensibles e inexplicables para la persona común y corriente. Entrelazadas en un proceso de interacción intrincado, estas instituciones preservan y perpetúan el sistema social general del cual forman parte, aunque esto no excluye la continua pugna por el poder entre ellas. El mito común difundido y reforzado por la acción de estas instituciones es que son irremplazables e irreprochables. Más aún, representan la respetabilidad social y el sentido común, la ley y el orden, la norma ética, etc.

Su historia es tan larga como la del hombre sedentario. Dirigen el proceso de desarrollo social a través de una agenda definida *en función de sus propias acciones*. Su pompa y poder son sobrecogedores pero, en la perspectiva del universo, son en realidad poco más que los patrones débilmente perceptibles de las interacciones en un hormiguero.

Conjuntos de hábitos sociales

Para adquirir una visión más clara de las palabras que usamos al referirnos a las instituciones sociales, basta con percibirlas como conjuntos estructurados de hábitos sociales. Las instituciones son hábitos sociales, es decir con relaciones e interacciones sistemáticas y perpetuadas entre las personas.[4] También podemos añadir que son redes de intereses creados que poseen un potencial para la explotación.

Los mitos del sistema educativo

Cuando enfrentamos el tema de la comunicación transcultural, nos referimos especialmente a la educación para adultos, la atención médica básica, la nutrición, la agricultura y temas similares. Es necesario, por lo tanto, dedicar más tiempo a una de las instituciones sociales de particular importancia, *el sistema educativo*, al cual se alude a menudo como el sistema educativo formal y no formal. Se necesita desmitificar el concepto de esta institución y situarlo desde otras perspectivas. El sistema educativo formal se concentra principalmente en instruir a la próxima generación acerca de las técnicas y valores del sistema social dominante,

con lo cual preserva y perpetúa una estructura de poder. No hay razón para creer que las motivaciones e invenciones del sistema educativo son de carácter más noble que las de otras instituciones. Yo sospecho profundamente de las actitudes profesionales y los juicios de valor de los educadores, particularmente respecto del sistema educativo en el Tercer Mundo. Para sobrevivir a su propia ineptitud, la elite educacional levanta frenéticamente los baluartes de su supuesto profesionalismo. ¿A quién le corresponde el privilegio de definir las necesidades de aprendizaje de los desfavorecidos y los pobres? Por demasiado tiempo, los educadores han traicionado a la gente con su profesionalismo. Las personas no son objetos que deben ser moldeados ni casos de ignorancia que necesitan recibir tratamiento. El recurso crucial para cualquier desarrollo social es, en el fondo, la consideración y la creatividad de las personas. No es privilegio del educador enumerar los requisitos de conocimientos y habilidades que supuestamente definen a una persona educada. El educador se comporta como si estuviera enumerando hechos empíricos cuando, en realidad, está recitando una serie de juicios de valor.

El acto de evaluar las necesidades de aprendizaje de la gente según la percepción que tiene un foráneo de la situación social de otros es, de por sí, sumamente discutible. No obstante, los programas educativos en salud, nutrición, planificación familiar, etc. son definidos continuamente según los objetivos y las actitudes de extranjeros, y lanzados en las aldeas. Formular una definición de competencia, diseñar un programa de estudios y elaborar el *curriculum* de esta manera no es realista, es inviable y culturalmente opresivo. El personal de extensión y los educadores adultos en el campo tardan en darse cuenta de que tanto jóvenes como adultos podrían tener otras prioridades que no son las prioridades educativas suscritas por los educadores. Ninguna experiencia de aprendizaje va a funcionar si las prioridades de las personas mismas no forman parte integral de un programa elaborado para ellas.

Hay un mito venenoso que impregna nuestra forma de pensar profesional. A nuestros educadores se les enseña y ellos enseñan que la ignorancia es la causa de la pobreza. Esto sustenta el engaño de que no es necesario un cambio estructural de la sociedad para eliminar las causas más profundas.

Los educados: ¿un aporte negativo al desarrollo?

Se ha propalado que la educación es la clave de la modernización y el desarrollo. En los países del Tercer Mundo, a lo largo de las últimas dos décadas, esto ha llevado a un crecimiento enorme en las asignaciones a los sistemas educativos. Muchos países ahora destinan del 20 al 25 por ciento del presupuesto nacional a los gastos en educación. El concepto, concebido y sostenido por los educacionistas, de que existe una correlación entre las existencias de fuerza laboral educada y el índice de crecimiento económico no se ha corroborado. Sigue siendo otro mito. De hecho, las pruebas ahora parecen indicar que la educación, y especialmente la educación superior, ha alcanzado en muchos países del Tercer Mundo un punto en que constituye un aporte negativo a su desarrollo.[5] Los productos del sistema educativo, los graduados, encuentran que les es difícil conseguir empleo. Por lo general, los desempleados son los educados y existen diferencias considerables entre los índices de empleo de las diversas fuerzas laborales con distintos niveles de educación, donde los índices de desempleo más bajos se encuentran entre la población urbana analfabeta.[6] La Comisión de Educación de la India ya se mostraba preocupada por este problema a comienzos de la década de 1960, cuando declaró: «[...] La elite educada, por lo tanto, se volvió mayormente parasítica y los trabajadores verdaderamente productivos son los campesinos y artesanos iletrados».[7]

Ante esto, quizá deberíamos aceptar que hay nuevas dimensiones que considerar en cuanto al enaltecimiento de la educación y la falta de respeto hacia

los iletrados. Es fundamental que se adquiera una comprensión más profunda de las funciones de las instituciones educativas y del proceso educativo mismo. Mediante una simplificación de los conceptos actualmente de moda al describir esta parte de la realidad y mediante una neutralización de la terminología mítica imperante, es posible que se obtenga una visión más clara.

Simplemente, formaciones sociales

En las páginas siguientes veremos las instituciones y sistemas sociales en sus diversas configuraciones y con sus diversas tradiciones como *formaciones sociales*. Una compañía de seguros es una formación social especializada. La comunidad de una aldea es una formación social de carácter más general. Un grupo de campesinos que cooperan para construir un depósito para sus granos o que se reúne simplemente para hablar sobre métodos nuevos es una formación social, aunque dure poco o no tenga mucha cohesión. La Iglesia Católica es una formación social de larga data y fuerte cohesión.

Tal como se indicó anteriormente, las formaciones sociales se pueden considerar como patrones de comportamiento, conjuntos de hábitos sociales estructurados de diversas maneras y para distintos propósitos y que exhiben diversos grados de duración y cohesión. Esta definición simple quizá lleve a una forma de pensar más provechosa.

Con demasiada frecuencia hacemos las preguntas equivocadas. No sirve de nada preguntar: ¿Qué es una formación social? Más bien deberíamos estudiar su función. ¿Cuál es el propósito de una formación social como un club de mujeres, una bolsa de valores, una universidad, una logia masónica, un grupo de miembros de una tribu persiguiendo a un jabalí? Todas estas formaciones tienen agendas muy especializadas para sus actividades y sus miembros actúan según códigos especializados de comportamiento. ¿Cuáles son sus características en común para clasificarlas como formaciones sociales?

Procesamiento de información

Una respuesta a esa pregunta podría ser que las formaciones sociales *procesan información*. Queda bastante claro que el procesamiento de información es una característica en común de formaciones sociales como la *British Broadcasting Corporation*, la Universidad de Harvard o el Curso de Enseñanza para Adultos en el pueblo de Mutondo. Es, quizá, menos claro en las formaciones que tienen una agenda conspicua o una producción física, como en el caso de las fuerzas armadas, una fábrica de automóviles o una cooperativa agraria que compra fertilizante y semillas, y organiza el almacenamiento y la venta de la cosecha de maíz.

¿En qué sentido procesan información estas formaciones? Un estudio más minucioso revela que, efectivamente, se dedican a toda una gama de actividades de información. Reúnen información, registran y almacenan información, tienen diversos sistemas para obtener y presentar información, y transmiten información a otras formaciones sociales.

En el caso de la cooperativa agraria, el procesamiento de información abarca desde la recopilación de datos sobre los precios de fertilizantes y la distribución de la información a sus miembros, hasta los registros de las cuotas de afiliación, las cantidades de maíz entregadas por cada miembro y la distribución de las cuentas y el informe anual a los miembros.

Formaciones –y transformaciones– sociales

Tal como se ha mencionado, las formaciones sociales son de duración variable. Una partida de caza de una tribu es transitoria; una vez que termina la cacería, el grupo cambia de forma. Las instituciones como la iglesia o el gobierno, sin embargo, transmiten una sensación de longevidad y permanencia. Esto se deriva de la perspectiva temporal de la observación. En la perspectiva temporal del universo no hay formaciones sociales, sólo hay transformaciones sociales. Este concepto conlleva una definición muy específica. Transformar significa "dar otra forma" y *transformación* significa "un cambio de forma". Semejante cambio "nuevo" en la forma de una formación social no es más permanente que la forma "antigua". La transformación, por lo tanto, viene en realidad a significar "el proceso de cambio", el cambio continuo de forma que tiene lugar.

Es importante destacar que el concepto de transformación se refiere a *qué* sucede, no a *por qué* sucede.[8] *Panta rei*, o todo está en proceso de cambio. Cuando decimos que el cambio ocurre continuamente, nos topamos con problemas de lenguaje. No tenemos palabras para describir lo que sucede dentro de un continuo, salvo el concepto de "el paso infinito". Esto resulta engorroso y, para algunos de nosotros, mentalmente malsano. Por lo tanto, concebiremos que la transformación social ocurre en pasos finitos. Aunque sepamos que la transformación social es un continuo, optaremos por decir que, en cualquier momento definido del tiempo, hay formaciones sociales que se pueden observar y describir. En tanto son conjuntos de hábitos sociales, el concepto de previsibilidad, el potencial de predecir el comportamiento social, es implícito en estas formaciones. Entre otras cosas, los hábitos sociales son los carriles a través de los cuales se procesa la información. Se puede plantear que las personas que han adquirido cierto tipo de educación, en realidad sólo han establecido cierto tipo de comportamiento social habitual.

Transformación social dirigida y no dirigida

Transformación social es un término desapasionado. No tiene la misma aureola de mitificación que la palabra desarrollo. La palabra desarrollo, por lo tanto, queda borrada del vocabulario de este trabajo y se considera que resulta más claro y provechoso describir la realidad en función de la transformación social. Sin embargo, no quedamos satisfechos con esta expresión por sí sola. Pese a una capacidad cuestionable, nuestro deseo de dirigir emerge. Queremos controlar, administrar, dirigir u orientar la transformación social. Ésa es la meta de todos los gobiernos y, particularmente, la intención de los gobiernos en el Tercer Mundo. Aunque lo intentamos, en realidad no controlamos la transformación social. Por lo tanto, no podemos hablar de una transformación social controlada. Por otro lado, existe la transformación social que sobreviene sin las intervenciones del gobierno. Parece ser que los términos *transformación social dirigida* y *transformación social no dirigida* se pueden usar productivamente. La transformación social dirigida puede, naturalmente, también ser emprendida por otros agentes aparte de los funcionarios del gobierno; por ejemplo, los misioneros o los políticos locales. El concepto de transformación no dirigida tiene mucho de la connotación de la palabra espontáneo. La transformación es continua. Lo más que podemos hacer es influir en la dirección que tome. Las sociedades de hoy viven un proceso de transformación mucho más tumultuoso que nunca en el pasado y encontramos que no logramos orientar los sucesos. No comprendemos del todo qué nos está sucediendo. El caos surge porque no poseemos una visión clara de las palabras que usamos. No procesamos bien la información. Quizá la solución sea más sencilla de lo que pensamos. No se puede esperar a que los demás salven al mundo. Hay que hacerlo uno mismo.

Notas

1 Wittgenstein, Ludwig (1958). *Philosophical Investigations.* Oxford, Blackwells.

2 Wharf, B. Lee (1974). *Language, Thought and Reality.* Cambridge, Mass., MIT Press.

3 Cole, A.; Gay, G.; Click, J., Sharp, D. (1971). *Thinking.* New York, Basic Books.

4 Smythe, Dallas W. (1974). "The Role of Mass Media and Popular Culture in Defining Development". Ponencia para la Conferencia Científica Internacional *The Cultural Context of Learning and on Mass Communication and Social Consciousness in a Changing World*. Leipzig, septiembre.

5 Bacchus, M.K. (1979). "Structural Change and Transformation, Education and Development". Documento para discusión. Commonwealth Conference on Non Formal Education for Development, New Delhi, enero.

6 Turnham, D. (1973). *Empirical Evidence of Open Unemployment in Developing Countries, Third World Employment*. London, Penguin Books.

7 Gobierno de la India (1967). *Report of the Education Commission, 1964-66*, New Delhi.

8 Ashby, W. Ross (1976). *An Introduction to Cybernetics* London, Methuen & Co.

Fuglesang, Andreas (1982). Extracto de "Information is the opposite of uncertainty" en *About Understanding: Ideas and Observations on Cross-Cultural Communication*. New York, Decade Media Books, Inc. Reproducción autorizada por Minou Fuglesang.

¿Las prioridades de quién?

Extracto de *Desarrollo rural: priorizando lo último*

Robert Chambers

1983

Al tratar de ver qué hacer, las personas extrañas al mundo rural se encuentran atrapadas en una percepción y una forma de pensar del centro a la periferia. Puesto que miran desde afuera y desde arriba hacia quienes viven en lugares remotos y carecen de poder, su visión es distorsionada. Ven con más claridad lo que está cerca; ven la acción desde donde están. Las palabras mismas son un reflejo del problema: "remoto" significa distante de los centros urbanos y administrativos de donde provienen la mayoría de los ajenos a lo rural; y "qué hacer" supone iniciativas que ellos toman en los centros de poder. Por más que la retórica cambie a "participación", "investigación participativa", "participación de la comunidad" y demás, al final del día sigue habiendo un extraño que quiere cambiar las cosas. Marxista, socialista, capitalista, mahometano, cristiano, hindú, budista, humanista, masculino, femenino, joven, viejo, nacional, extranjero, negro, marrón, blanco... el forastero puede cambiar, pero la relación es la misma. Una persona más fuerte quiere cambiar las cosas para una persona que es más débil.

No hay una escapatoria completa a esta trampa paternalista. La decisión de no actuar es, en sí misma, una acción. Una persona que se retira o se abstiene de intervenir, por ese mismo retiro o abstención ya está interviniendo por omisión. La persona más débil se ve afectada por lo que no sucede, pero que podría haber sucedido. Esto tiene, sin embargo, un remedio parcial. El respeto por los pobres y por lo que quieren contrarresta el paternalismo. Esta reversión supone que los forasteros no deberían empezar por sus propias prioridades, sino por las de los pobres, pese a que por más autoconciencia que tengan seguirán proyectando sus propios valores y prioridades. En esta reflexión también yo estoy atrapado, como un extraño que pregunta qué quieren los pobres. La única esperanza es que el esfuerzo de tratar de averiguar, de preguntar una y otra vez y de dudar de los resultados, contrarreste algunos de los peores efectos del paternalismo centralista, y que mientras más se sepan las prioridades de los pobres, más fácil será ver qué es mejor hacer.

Prioridades y estrategias de los pobres

Que quienes no son rurales ni pobres sepan las prioridades de quienes son ambas cosas no es tan fácil como suena. Los pobres rurales están dispersos, aislados, son poco comunicativos, rara vez se les pide su opinión, frecuentemente están relegados por otros, se les percibe selectivamente, son deferentes. A los silenciosos no se les puede oír. Los acerca-

1983

Objetivos para los forasteros

Extracto de *Desarrollo rural: priorizando lo último*

Robert Chambers

Los objetivos para los forasteros se pueden expresar como una reversión en la que se priorizan los deseos de los pobres. Pero eso no basta. Quedan dilemas pendientes respecto de: el conflicto entre los valores y los objetivos; las veces en que se piensa que los conocimientos de los extraños son más válidos que los conocimientos de los pobladores rurales para lograr lo que quiere la gente pobre; los pros y los contras de los costos y beneficios a corto plazo frente a los de largo plazo; la necesidad de los forasteros de ser fieles a sus propias convicciones. La disyuntiva entre dar tratamiento médico contrariando los deseos de un paciente o hacerlo y salvarle la vida es un ejemplo del problema más general de poder y paternalismo. No veo una solución universal a esto. Pero, para los fines prácticos del desarrollo rural, una respuesta parcial sería concentrarse en los aspectos de la vida en los que los extraños y los pobres rurales concuerdan. Peter Berger (1974) termina su libro *Pyramids of Sacrifice* (*Pirámides de sacrificio*) con una invocación a las personas de distintas ideologías para que encuentren consensos respecto de situaciones específicas en las que la coincidencia radicaría en un "no". Los forasteros y los pobres rurales podrían llegar a estar de acuerdo en decir "no" a la muerte de los niños, a las enfermedades prevenibles, a la hambruna, a que los pobres se vuelvan más pobres, a la explotación de los pobres por los ricos. Un acuerdo sobre puntos como éstos puede servir de cimiento moral para los pasos siguientes: ver lo que pueden hacer los extraños.

Sin embargo, ellos creen saber más. Algunos dirán que los pobres rurales no saben lo que les conviene; o que, si tomaran más conciencia (lo que probablemente significa estar de acuerdo con el forastero), tendrían otras prioridades; o que deberían confrontar su impotencia organizándose en contra de sus explotadores ricos; o que se les debe alentar a tener horizontes de más largo plazo; o que se les debe hacer ver lo que querrían si supieran lo que realmente quieren. Pero si las personas vulnerables tienen horizontes de corto plazo, ¿quién se arroga el derecho de imponerles plazos largos? Si tienen estrategias de bajo riesgo, ¿quién puede decirles que adopten estrategias de alto riesgo? Es más seguro y más humano proceder con pasos cortos hacia lo previsible que con saltos largos hacia lo desconocido y, entre tanto, adquirir experiencia en el camino. Es posible que un cambio en las relaciones de poder y la distribución de la riqueza sea una condición previa necesaria para que ocurra una mejora sustancial.

Bibliografía citada

Berger, Peter L. (1974). *Pyramids of Sacrifice*. New York, Basic Books.

Chambers, Robert (1983). Extracto de *Rural Development: Putting the Last First*. England, Essex, Longman Scientific & Technical, Longman Group U. K., Ltd., Longman House. Reproducción autorizada por el autor.

mientos directos distorsionan las impresiones: las respuestas en las entrevistas son reconocidamente engañosas, especialmente si los entrevistados creen que sus respuestas pueden reportarles beneficios. Un acercamiento indirecto podría ser de ayuda, valiéndose de los estudios de las ciencias sociales, especialmente los estudios de caso de los antropólogos sociales y los trabajadores sociales, y de la comprensión que los economistas agrícolas tienen del comportamiento de los agricultores pobres. Sobre la base de tales conocimientos, algo se puede decir acerca de lo que quieren los pobres e inferir cuáles son sus prioridades a partir de lo que hacen, tanto o más que de lo que dicen.

Chambers, Robert (1983). Extracto de *Rural Development: Putting the Last First*. England, Essex, Longman Scientific & Technical, Longman Group U. K., Ltd., Longman House. Reproducción autorizada por el autor.

Las circunstancias y los efectos

Extracto de *Afrontar la edad de la información*

Breda Pavlic

1984

Contrariamente al nivel de consenso relativamente alto que existe en torno a la valoración de los logros actuales y tendencias futuras en el desarrollo de tecnologías de información-comunicación modernas, existen diferencias marcadas entre los académicos en cuanto a los posibles efectos de estas tecnologías sobre las posibilidades de desarrollo de los países del Tercer Mundo.[1]

Hasta el momento parecen compartir una afirmación fundamental: que los efectos serán profundos y de gran alcance, es decir que tendrán impacto sobre todos los sectores importantes de la sociedad: la economía, el sistema político, la educación, la cultura, etc. Las diferencias surgen principalmente al definir si es que, o en qué medida, estos avances son beneficiosos para los objetivos finales de desarrollo del Tercer Mundo en vista de la estructura de poder económico, financiero, tecnológico, político y sociocultural internacional actual, y de las consiguientes estructuras a nivel nacional. Con esto nos referimos a la actual influencia dominante de las empresas transnacionales; así como a la totalidad de las relaciones que surgen de la existencia de bloques políticos (Kardelj 1979).

Para tomar sólo algunas de las perspectivas más prominentes sobre el impacto de las nuevas tecnologías de información-comunicación, y habiendo señalado las cinco innovaciones tecnológicas más importantes de las 20 ó 30 que subyacen tras la actual revolución de la información y la comunicación,[2] Ithiel de Sola Pool (1980) destaca las siguientes consecuencias probables como las más importantes: (a) un libre flujo de mensajes con menos restricciones; (b) más comunicación transnacional; (c) igualación de la información; y, (d) una mayor diversidad en la comunicación. A grandes rasgos, esto significa que «la nueva estructura de la comunicación internacional es una en la que los medios masivos serán menos masivos y la comunicación más especializada e individualizada que hoy en día. Las comunicaciones estarán menos controladas y más libres que ahora. Las comunicaciones ya no serán tanto de una sola vía sino más frecuentemente interpersonales. Los sistemas de comunicación serán menos nacionales y más transnacionales, y la interpretación se dará no tanto en función de las fronteras nacionales sino de los grupos de interés». Todo esto es particularmente importante para el Tercer Mundo, que tenía mucho menos acceso a los medios de comunicación escasos, localizados y concentrados del pasado de lo que podrá tener a los medios más abundantes del futuro. Un libre flujo de mensajes con menos restricciones es visto como una consecuencia directa de la abundancia de recursos de comunicación que resultará de estas tendencias. Basándose en la afirmación de que «la precondición técnica usual para ejercer el control sobre la comunicación es su escasez (por ejemplo, un sistema de censura o de derechos de autor puede controlar las imprentas porque hay relativamente pocas y sólo unos cuan-

Extracto de

1983

Lo popular como dimensión: tópica, retórica y problemática de la recepción

Beatriz Sarlo

La otra cuestión presente en la recepción de los mensajes culturales es la de las destrezas necesarias para el manejo de textos y artefactos complejos, desde el punto de vista estético, y "problemáticos", desde la perspectiva ideológico-moral. Tanto la producción como la recepción de mensajes de este tipo exigen un conjunto de disposiciones adquiridas que, con Bourdieu, podrían denominarse *habitus*. El ocio necesario a las actividades intelectuales y de disfrute estético, el capital simbólico y, específicamente, el capital escolar de los que se dispone y que se invierten en los procesos de recepción, el acceso a los bienes culturales, su abundancia o rareza, etc., fundan precondiciones objetivas y subjetivas para el manejo de discursos que pueden ser más o menos complicados. Al respecto, la desigualdad económica y social impone sus clivajes. De todo ello se infiere que no existe un solo modelo de lector, sino un público fragmentado en grupos, según una estratificación cultural.

Al mismo tiempo, estos diversos lectores sociales posibles no establecen con los discursos y objetos del mundo de la cultura una relación invariable. El lector culto practica diversos tipos de lectura que no deben ser confundidos, sino que se suceden en una escala que va desde el placer, reivindicado por las estéticas de la recepción, hasta operaciones en un vasto y complejo registro de sistemas formales e ideológicos, conocimientos de formas anteriores, reconocimientos de influencias, linajes, adiciones, citas, parodias, estilizaciones, etc. Igualmente, es improbable la existencia de un solo tipo de lectura o recepción de los sectores populares. No siempre se consume del mismo modo, y el público popular tiene, como el "culto", experiencias diferenciadas frente a objetos y discursos que reconoce como diferentes: desde una lectura eminentemente política de los mensajes culturales hasta el descubrimiento de claves críticas que pueden estar incluidas en historias aparentemente centradas por completo en la peripecia y la aventura; desde la feliz pasividad de la identificación con el héroe hasta las operaciones intelectuales indispensables para seguir una intriga, desbaratar pistas falsas, arribar a la resolución de las tensiones en un relato o a la interpretación (y el placer) del polisentido en el discurso figurado.

Sarlo, Beatriz (1983). *Lo popular como dimensión: tópica, retórica y problemática de la recepción.* Serie Documentos, Nº 842, septiembre. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social.

tos editores que las controlan)», de Sola Pool señala que las nuevas tecnologías hacen muy difícil el monitoreo y la censura. «Aparte de recibir y generar, cada nodo en una red moderna de comunicaciones puede editar y retransmitir. Por ello, las tendencias actuales de la tecnología parecen favorecer un libre flujo de mensajes en todas las direcciones, con más productores de emisiones que en la era actual de las comunicaciones masivas». Más aún, una red tan fluida no tiene fronteras: «una secuencia de datos de banda ancha, en una red en la que los costos no dependen de las distancias, no se presta a la segmentación nacional». Es por ello que un fácil acceso a la información, sea cual fuere su ubicación o la de sus usuarios, debe resultar en un mundo en el que probablemente habrá centros de actividad más dispersos («sea en las artes, la cultura, la ciencia o los negocios») que actualmente. A fin de cuentas, esto significa que es probable que dichos centros también surjan en el Tercer Mundo si es que los países obtienen, a través de la adquisición intensiva de tecnologías sofisticadas de información-comunicación, los equipos y conocimientos necesarios para que estos centros funcionen.

Las críticas a esta perspectiva y a otras similares (a las que llaman "optimistas" e "ingenuas") han producido muchas ideas valiosas (Schiller 1980) que ya estaban presentes anteriormente en el debate internacional entre académicos, por ejemplo al evaluar los efectos de formas menos sofisticadas de comunicación masiva en los logros del desarrollo en el Tercer Mundo, y siguen vigentes en el debate actual sobre las tecnologías de la información-comunicación. Dadas las limitaciones de tiempo y espacio de este trabajo, éste se concentrará en los textos de Juan F. Rada y Edmund F. M. Hogrebe (1979) quienes, siendo críticos de la situación y las tendencias actuales, abren el camino a una aproximación constructiva que puede beneficiar al Tercer Mundo.

Para empezar, es esencial comprender que la información aún es un "bien" especial, indefinido y multifacético, que asume diferentes formas y experimenta cambios continuos a través de su uso y circulación. Constituye la base material del conocimiento, la materia prima de las noticias y un componente esencial de la ciencia, los negocios y el comercio. A partir de 1945, el número de actividades que dependen de diferentes formas de información ha crecido exponencialmente (decisiones empresariales, investigación y desarrollo, asuntos políticos, legislación y consumo).

El número de personas que tratan con la información también ha crecido.[3] Sin embargo, aunque un número creciente de académicos y creadores de políticas se están dando cuenta de la necesidad de reconocer que la información es una categoría económica particular, es decir, un tipo especial de "mercancía",[4] las teorías económicas actualmente disponibles, tanto las burguesas como las marxistas, y el marco institucional tradicional, parecen incapaces de lidiar con la naturaleza específica de la información-comunicación y la dinámica que se atribuye a la futura sociedad de la información. Precisamente con esto en mente, y en vista de lo anteriormente descrito en este trabajo, las ideas de Rada y Hogrebe sobre el impacto de la tecnología de la información-comunicación, particularmente en el Tercer Mundo, merecen especial atención. Quizá la toma de conciencia más importante que se está abriendo paso se refiere a los cambios producidos por el nuevo fenómeno denominado la digitalización de la información, que constituye la piedra angular de las innovaciones tecnológicas recientes.

Notas

1 Una reseña muy buena de esto se encuentra en Valdés (1982). Véase también Pelton (1981a y 1981b).

2 (1) Satélites y algunas innovaciones relacionadas que permiten que la transmisión de larga distancia cueste casi lo mismo que la de corta distancia; (2) dispositivos de grabación y reproducción en banda ancha (por ejemplo, minicámaras, grabadoras de vídeo y discos de vídeo), que permiten la producción y presentación localizada y dispersa de materiales multimedia; (3) mejor uso del espectro limitado, que permite tener a más usuarios en el aire, como por ejemplo con la radio local o de ciudadanos; (4) medios de transmisión de banda ancha cerrada, como la televisión por cable o las fibras ópticas, que permiten transmitir cantidades enormes de comunicación electrónica sin la interferencia que aqueja a las comunicaciones por transmisión aérea; (5) la inteligencia digital, como las computadoras (particularmente en el caso de los microprocesadores), que permiten realizar manipulaciones logísticas en las comunicaciones, por ejemplo, las máquinas de escribir de procesamiento de textos, la conmutación electrónica y redes informáticas como *Prestel* en Gran Bretaña.

3 Edwin B. Parker (1975) señaló algo similar en una conferencia de la OCDE al hablar sobre la llamada sociedad posindustrial que para él y muchos otros ya se está dando en la mayoría de los países desarrollados, como Estados Unidos, Suecia y Canadá. En estos países, el sector de servicios, del que la información-comunicación constituye la mayor parte, ya representa más del 50% del PIB. En cuanto a la distribución de la fuerza laboral, en 1972 en Estados Unidos, la estructura era la siguiente: agricultura 3%, servicios 9%, industria 42%, información 46%. En su reflexión sobre esta relación, Parker sugirió la hipótesis de que la crisis económica de mediados de la década de 1970 no es un simple accidente económico transitorio, sino un síntoma de la transición social fundamental de la llamada sociedad industrial a una sociedad de la información. Para Mark Uri Porat (1979) el uso de los microprocesadores se define como un «salto cualitativo decisivo hacia adelante» y «el complejo electrónico durante el próximo cuarto de siglo será el pilar alrededor del cual se organizarán las estructuras productivas de las sociedades industriales avanzadas».

4 Véanse más ideas al respecto en Compaine (1981).

Bibliografía citada

Compaine, Benjamin M. (1981). "Shifting Boundaries in the Information Marketplace" *en Journal of Communication*, Winter.

Kardelj, Edvard (1979). *The Historical Roots of Non-Alignment*. Belgrado, Socialist Thought and Practice.

Parker, Edwin B. (1975). Rapport de base/Compte-rendu de la Conférence sur les Politiques en matière d'Informatique et de Télécommunications. Paris, OCDE, 4-6 février.

Pelton, Joseph N. (1981a). "The Future of Telecommunications: A Delphi Survey" en *Journal of Communication*, Vol. 31, N° 1.

Pelton, Joseph N. (1981b). *Global Talk*. Leyden, Sijthoff y Noordhoff.

Sola Pool, Ithiel de (1980). "Technological consequences of the NIIO" en *Media Development*, 4.

Uri Porat, Mark (1977). *The Information Economy, Definition and Measurement*. U.S. Department of Commerce, Office of Telecommunications, OT Special Publications 77-12, May.

Valdés-A., M. Isabel (1982). "Third World and the Conflicting Ideologies of the Information Age". Ponencia presentada en la Conferencia de IAMCR, Communication and Democracy. Paris, 6-10 de septiembre.

Pavlic, Breda (1983). "Facing the Information Age" en *IFDA Dossier, 36*, July/August - Building Blocks. Nyon, Suisse, International Foundation for Development Alternatives (IFDA). Reproducción autorizada por la autora.

Extracto de

Afrontar la edad de la información

Breda Pavlic

Ciertamente, las innovaciones microelectrónicas, tales como las nuevas tecnologías de la información-comunicación, pueden ser muy beneficiosas para el Tercer Mundo. El hecho de que se enfatice un tono de "advertencia" en este trabajo no debe entenderse como algo ni siquiera remotamente relacionado a una aproximación neoludista; más bien y por el contrario, partimos de que estas nuevas tecnologías ya son un elemento enraizado en la realidad del Sur, y que la demora en abordar estos temas, sea por ignorancia o negligencia intencional, traerá consecuencias irreparables para las posibilidades de desarrollo de los países. Sin embargo, para obtener los efectos beneficiosos habrá que adoptar e implementar políticas y medidas oportunas y cuidadosamente consideradas, que se desprendan de objetivos a largo plazo bien definidos a nivel nacional, subregional, regional, interregional e internacional. Según autores como Rada y Hogrebe, así como otros autores, las nuevas tecnologías de la información-comunicación, como la tecnología digital, podrían abrir el camino a una comunicación más democrática entre los países y dentro de ellos. Sólo algunas reflexiones en este sentido:

> «Tiene un gran potencial para la comunicación alternativa: sobre la base de una infraestructura nacional apropiada y equipos digitales relativamente económicos y fáciles de utilizar, individuos y grupos pequeños podrían comunicarse horizontalmente, con implicancias prácticas inmediatas para las personas en cuestión.[1] Estos pronósticos están sustentados en gran parte por el análisis exhaustivo realizado por Dordick, Bradley y Nanus, pero ellos también destacan la importancia de evaluar las nuevas tecnologías en el marco general de las iniciativas de desarrollo con el fin de identificar políticas adecuadas. A falta de ello, sería razonable esperar una repetición del conocido patrón de algunas otras grandes innovaciones tecnológicas, como la televisión y la energía nuclear, con una evolución desorganizada que sólo responde a la demanda comercial, favorece el interés privado por encima del público, las consideraciones de corto plazo sobre el largo plazo y criterios económicos por encima de los sociales» (Dordick y otros 1981).

Para el Tercer Mundo, particularmente como se ha organizado dentro del Movimiento de los Países No Alineados y el Grupo de los 77, es de importancia crucial insistir en que estos temas estén en la agenda de todos los foros nacionales, subregionales, regionales e internacionales pertinentes, y que se implemente una cooperación óptima entre ellos.[2] Hay grandes intereses en juego; en los próximos años es probable que el área de la información-comunicación sea el escenario en el que se manifestarán marcadamente la rivalidad entre los bloques políticos y la confrontación entre el Norte y el Sur.[3] Los países no alineados deberían verlo como un reto y una oportunidad histórica importante: el poder que los medios de información-comunicación modernos otorgan a quienes los controlan podría convertirse en su talón de Aquiles cuando las fuerzas progresistas del Tercer Mundo, y el mundo en general, logren poner estos poderosos medios al servicio de las ideas de la democracia y un Nuevo Orden Internacional a través de la voluntad política y la acción organizada.

Notas

1 Sobre la comunicación alternativa véase también Fernando Reyes Matta 1978, 1979.

2 Un ejemplo alentador de esto fue la Conferencia Mundial de Administración de Radio en 1979 (WARC-79). Véase Raghavan, Chakravarthi (1980).

3 Véase Pelton, Joseph N. 1981a, 1981 b.

Bibliografía citada

DORDICK, HERBERT; NANUS, BURT Y BRADLEY, HELEN (1981). *The Emerging Network Marketplace*. Westport, Conn., Greenwood Publishing Group Inc.

Pelton, Joseph N. (1981a). "The Future of Telecommunications: A Delphi Survey" en *Journal of Communication*, Vol. 31, Nº 1.

Pelton, Joseph N. (1981b). *Global Talk*. Leyden, Sijthoff y Noordhoff.

Raghavan, Chakravarthi (1980). "Equal Access to Microchip Technology" en *Media Development*, 4. London.

Reyes Matta, Fernando (1978). "Communication Technology, Participation and Alternative Development". Ponencia presentada en la Sexta Conferencia Mundial de Estudios sobre el Futuro. Cairo, Egipto.

Reyes Matta, Fernando (1979). "Transnational Communication and the Alternative Communication Answer". Ponencia presentada en la Octava Conferencia General de la *International Peace Research Association*-IPRA. Konigstein, RFA.

Pavlic, Breda (1983). "Facing the Information Age" en *IFDA Dossier, 36*, July/August - Building Blocks. Nyon, Switzerland, International Foundation for Development Alternatives (IFDA). Reproducción autorizada por la autora.

Políticas nacionales de información: un alegato en favor de la disociación

Cees J. Hamelink

A partir de los todavía incipientes y dispersos esfuerzos de resistir a la dependencia en el campo de la información internacional, es evidente que debemos buscar una respuesta más adecuada a la sincronización cultural. La pregunta clave es cómo el Tercer Mundo puede desarrollar políticas *eficaces* para mantener y fortalecer su autonomía cultural.

En las discusiones internacionales sostenidas a lo largo de la última década, el tema de la información y la autonomía cultural se ha vinculado íntimamente con la necesidad de un nuevo orden económico internacional.

El nuevo orden económico internacional y el nuevo orden informativo internacional

> «A veces la educación puede empezar a anunciar la nueva sociedad. Pero para que el anuncio se vuelva concreto, es absolutamente necesario que cambie la infraestructura de la sociedad».
>
> *Mario Cabral, Ministro de Educación, Guinea Bissau*

Dos conceptos se han convertido cada vez más en el centro de los debates y negociaciones internacionales: el nuevo orden económico internacional y el nuevo orden informativo internacional.

En septiembre de 1975, el Seminario de Periodistas del Tercer Mundo Dag Hammarskjöld (celebrado durante la 7ª Sesión Especial de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas) declaró:

> «Para que surja un nuevo orden económico internacional, se les debe dar la oportunidad a los pueblos de los países tanto industrializados como del Tercer Mundo de comprender que comparten un interés en común por crear las condiciones internacionales que permitirán otro desarrollo de las sociedades en todas partes del mundo».[1]

El Informe de Río, coordinado por el ganador del Premio Nobel Jan Tinbergen, insistía en que la ampliación de la capacidad informativa se debe considerar un componente esencial de los intentos de crear un nuevo orden internacional y, como tal, las prácticas monopólicas y discriminatorias inherentes a la actual diseminación internacional de la información se deben considerar como una de las peores, aunque más sutiles, características del sistema actual.[2]

En 1976, la cumbre de los Países No Alineados celebrada en Colombo, Sri Lanka, declaró: «Un nuevo orden internacional en el campo de la información y las comunicaciones de masas es tan vital como un nuevo orden económico internacional».[3] En estas posiciones, dar lugar a un nuevo orden informativo se considera una contribución esencial al advenimiento de un nuevo orden económico. Tal como el ex presidente venezolano Carlos Andrés Pérez expresó sucintamente: «Jamás habrá un nuevo orden económico internacional sin la liberación del orden informativo».[4]

Efectivamente, cabe poca duda de que reformular el orden internacional exigirá la sustitución fundamental de los conjuntos de ideas estereotipadas, alienantes y discriminatorias que perpetúan las estructuras de comunicación actuales. La transformación de las presentes desigualdades e injusticias mundiales requiere de otro tipo de información, «uno que combata las ideas preconcebidas, la ignorancia y la alienación y facilite la concientización de la ciudadanía para asegurar su control de la toma de decisiones».[5]

Un elemento básico en el proceso de reestructuración de las relaciones internacionales será la opinión pública internacional. Tal como alega con razón el Informe de Río:

> «La opinión pública de los países industrializados no tendrá un acceso real a una información completa sobre el Tercer Mundo, sus demandas, aspiraciones y necesidades, hasta que los patrones de información y comunicación se liberen del sensacionalismo orientado a la economía de mercado y de las presentaciones de noticias que los caracterizan actualmente, y hasta que sean conscientes de los prejuicios etnocéntricos».[6]

Esto exige que el orden informativo actual se desplace «de una estructura unidireccional a una multidireccional, de una perspectiva etnocéntrica a una culturalmente pluralista y multidimensional, de la pasividad del receptor a una participación activa, de las influencias transnacionales predominantes a un equilibrio multinacional».[7]

Los procesos internacionales de la información tendrán que ser liberados de sus «prácticas monopolistas y discriminatorias»:

- para presentar un panorama realista de las relaciones de poder económico imperantes;
- para contribuir al discernimiento de que las relaciones de dependencia deberían desaparecer; y,
- para hacer que sea posible la autonomía cultural.

Sin embargo, el problema es que estos procesos internacionales de la información forman parte integral de las relaciones de dependencia que determinan la organización económica, política y cultural del orden internacional actual. Las relaciones internacionales se derivan del desarrollo de la expansión editorial y económica occidental que se consolidó en el siglo XIX con la interiorización del capitalismo industrial. Junto con esta expansión, las técnicas, símbolos y patrones occidentales se exportaron a los territorios colonizados.[8]

Tal como se ha indicado, es sólo en la segunda mitad del siglo XX que esto ocurre a una escala tan masiva y, a la vez, tan sutilmente que se puede describir como una sincronización cultural transnacional. Más aún, pese al hecho de que las naciones nuevas han logrado independizarse como Estados soberanos, siguen confrontando un orden internacional controlado por sus antiguas potencias metropolitanas coloniales.

Por lo tanto, se necesitarían cambios drásticos en el orden internacional actual para que se dé un nuevo orden informativo. Los dos aspectos de un nuevo orden internacional están enlazados de manera dialéctica, de modo que no sólo los cambios económicos fundamentales tendrán que apoyar los cambios en el orden informativo, sino que también los cambios en las estructuras de información tendrán que apoyar la transformación económica básica. Parafraseando a Mario Cabral, la información internacional puede empezar a anunciar el nuevo orden internacional, pero para que ese anuncio se concrete, es absolutamente necesario que cambie el orden económico.

Esta dialéctica hace que sea trascendente y posible la elaboración de propuestas para el nuevo orden informativo internacional sobre la base de la perspectiva del nuevo orden económico internacional. El elemento cohesivo en esta relación es el concepto de la información como "recurso".[9]

En el mercado mundial, la información —en todas sus ramificaciones— es un recurso que se recopila, procesa y comercializa como todos los demás productos. Al igual que los demás recursos, el control de su producción y distribución está repartido muy desigualmente entre las naciones del mundo. No obstante, la información como recurso ofrece a los países dependientes oportunidades mayores de acceso a ella que a otros recursos, tales como los minerales o agrícolas. A diferencia de otros recursos, la información se puede recopilar, procesar y comercializar una y otra vez. La explotación nacional del recurso de información, por lo tanto, se puede emprender sin la nacionalización inmediata de las industrias extranjeras o sin una legislación protectora complicada que podría tomar años en ser diseñada y muchos más en implementarse.

Más aún, la explotación del recurso de la información se puede realizar con más capacidades endógenas y menos transferencia de capital y tecnología que en el caso de muchos otros recursos.

La información como recurso nacional es una fuerza liberadora en la emancipación económica y cultural de un país, si su explotación se guía por los principios sobre los que se debe basar un nuevo ordenamiento de las relaciones económicas internacionales.

El nuevo orden económico internacional

El orden económico internacional que surgió después de la Segunda Guerra Mundial fue diseñado, en sus dimensiones generales, por la Conferencia de Bretton Woods de 1943-1944 celebrada en New Hampshire, Estados Unidos. Prácticamente sin ninguna participación del Tercer Mundo, se echaron los cimientos de instituciones como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Estas instituciones ofrecían al Tercer Mundo un modelo de desarrollo en el que el crecimiento de los países en vías de desarrollo estaría íntimamente ligado a la estructura colonial metrópolis-satélite vigente. El modelo proyectaba un tipo de desarrollo industrial en los países del Tercer Mundo que estaría fuertemente orientado hacia los

mercados de los países metropolitanos. Se daba por sentado que, con el crecimiento de los mercados metropolitanos, la demanda de bienes producidos en los países en vías de desarrollo también aumentaría enormemente. Muchos de ellos tendrían una base industrial muy débil pero, si aprovechaban la ventaja comparativa de una mano de obra barata, sería posible establecer cierto tipo de industria de uso intensivo en mano de obra que les permitiera alguna participación en el comercio internacional de productos manufacturados.

En lugar de alentar agresivamente que los países receptores desarrollen su propia infraestructura financiera y tecnológica, se establecerían industrias nuevas con el apoyo de grandes transferencias financieras y tecnológicas desde las metrópolis, especialmente a través de la emergente estructura económica de la empresa transnacional. Por consiguiente, los países menos desarrollados industrialmente resultarían más integrados en la economía mundial y el aumento de puestos de empleo que ofrecía la nueva industrialización conduciría, por lo menos, a un aumento de los ingresos nacionales.

Después de la Segunda Guerra Mundial, y particularmente a partir de mediados de la década de 1960, muchos países en vías de desarrollo efectivamente sostuvieron un proceso de industrialización, pero con una fuerte dependencia externa de los mercados de los países ricos e industrialmente avanzados. Dicha producción vinculada a la exportación se ha convertido, en general, en parte de la estructura manufacturera verticalmente integrada de la empresa transnacional.

Sin embargo, este modelo no generó las mejoras previstas en las condiciones económicas de los países satélites. Mientras durante la década de 1960 las economías de mercado de los países metropolitanos gozaron de un crecimiento sin precedentes, los países con una industrialización dependiente experimentaron un creciente rezago económico, e iniciativas de desarrollo internacional tan aclamadas en planes como la Primera Década de Desarrollo de las Naciones Unidas sufrieron un fracaso casi absoluto.

Esto suscitó un cuestionamiento serio de la validez de un modelo que seguía basándose sustantivamente en una estructura colonial, y sus supuestos fundamentales se convirtieron cada vez más en el blanco de ataques tanto de los dirigentes políticos cuanto de los economistas de círculos académicos. A fines de la década de los 1960 y comienzos de la de los 1970, el cuestionamiento dio lugar a propuestas de modelos alternativos de desarrollo fundados en conceptos como la autosuficiencia, las necesidades básicas y un nuevo orden económico internacional.

Desde 1974, los principios básicos de un nuevo orden económico internacional se han formulado en una serie de declaraciones y programas de acción. La mayoría fueron propuestos por países del Tercer Mundo y han sido recibidos con una aprobación mayoritaria en la comunidad internacional.[10]

Los principios clave son:

- la soberanía e igualdad de los Estados;
- la participación plena y efectiva de todos los Estados en la toma de decisiones a nivel internacional;
- el derecho de todos los Estados de adoptar sistemas económicos, políticos y culturales apropiados;
- la soberanía plena y permanente sobre los recursos nacionales;
- el derecho de regular las actividades de entidades extranjeras, tales como las empresas transnacionales, de conformidad con las metas y prioridades nacionales;
- el derecho de formular un modelo de desarrollo autónomo orientado a las necesidades básicas de la población; y,
- el derecho de emprender una transformación social progresiva que permita la participación plena de la población en el proceso de desarrollo.

Estos principios cuestionan de manera fundamental algunos de los supuestos básicos del orden económico actual:

- El sistema económico imperante es fundamentalmente acertado y la crisis que enfrentamos no es más que temporal.
- El orden económico imperante obra en favor tanto de los países industrializados cuanto de los países del Tercer Mundo.
- Los países pobres podrán seguir desarrollándose mientras los países ricos sigan siendo ricos y dejen que su riqueza alcance "por goteo" a los pobres.
- El modelo de desarrollo aplicado en los países ricos también es el mejor modelo posible para los países pobres.

En contraposición a estos supuestos, el nuevo orden económico plantea:

- Desde comienzos de la década de los 1970 la crisis económica es el resultado de la descomposición fundamental de los mecanismos económicos tradicionales.
- El orden económico actual es incompatible con la ambición del Tercer Mundo de lograr la emancipación total; ya que este orden tiene sus raíces en la explotación colonial, sólo puede obrar en contra de los intereses del Tercer Mundo.
- El efecto "por goteo" no funciona en la relación entre los países ricos y pobres; más aún, el desarrollo de la comunidad internacional debe depender del desarrollo de *todos* sus integrantes, quienes decidirán en igualdad de condiciones acerca de los desarrollos económicos.
- El desarrollo en los países del Tercer Mundo no puede ser una imitación de los modelos occidentales; el propósito no es alcanzar a los países ricos. El desarrollo que debe ocurrir en el Tercer Mundo respetará la soberanía nacional y limitará la influencia de las decisiones tomadas en otros lugares.

En las propuestas respecto del nuevo orden económico internacional, el concepto crucial es la *soberanía*. Pero no se debe confundir la soberanía con un concepto de nacionalismo tal como se lo entiende a partir de la historia europea. Éste tenía un significado extraterritorial que a menudo podía causar conflictos armados cuando los derechos nacionales de propiedad se extendían para incluir a otros países. En el nuevo orden económico, la soberanía corresponde al territorio nacional mismo; implica la protección de los recursos nacionales de un país. El núcleo del concepto de soberanía es el de posibilitar un desarrollo autosuficiente. En este sentido, el nuevo orden económico difiere de las estrategias de desarrollo anteriores que a menudo resaltaban la integración de los países del Tercer Mundo en el sistema económico internacional. Contrariamente a la integración en un sistema internacional que perpetúa la dependencia económica, el nuevo orden económico diseña un desarrollo independiente como la base de un sistema internacional en el que los Estados participan en igualdad de condiciones.

Este reordenamiento implica que los países del Tercer Mundo deben decidir en forma autónoma su propio ordenamiento social. Un desarrollo autosuficiente exige transformaciones sociales decisivas. Esto apunta a una conexión estrecha entre el orden internacional y el orden nacional. No es posible lograr cambios en el orden internacional sin cambios conexos en el orden nacional. El orden internacional tiene que crear el espacio necesario para la soberanía nacional; el orden nacional tiene que convertir ese espacio en una política eficaz.

Pese a la amplia discusión sobre estos principios de un nuevo orden económico internacional, especialmente a partir de 1974 las relaciones económicas del Tercer Mundo con los países industriales avan-

zados han mejorado relativamente poco. Esto puede ser atribuible en gran parte a la rigidez de las estructuras económicas imperantes. Pero también hay que cuestionar las deficiencias e incongruencias implícitas en muchas de las propuestas en torno a un nuevo orden económico internacional.

Una premisa fundamental de muchas de estas propuestas es la reivindicación del control soberano sobre los recursos de un país. Pero este control no hace que un país se vuelva menos dependiente automáticamente si en sus relaciones internacionales no tiene el poder de negociar con sus recursos naturales que presupone que los países en vías de desarrollo constituyan algún tipo de poder a manera de contrapeso. Ese poder haría posible que entren al comercio internacional y a otras negociaciones con posibilidades razonables de un intercambio equitativo. Fuera del cartel de los productores de petróleo, las naciones menos desarrolladas no han creado ningún poder de negociación eficaz durante la última década.

Existe una incongruencia crucial en las propuestas, que subyace tras el hecho de no haber desarrollado un poder de contrapeso: pese a su demanda de desarrollo autónomo a nivel de las discusiones de políticas, estos países siguen más orientados hacia las metrópolis que hacia sí mismos. En consecuencia, se han concentrado muy poco en formular políticas nacionales comunes y complementarias y no han prestado mucha atención al fortalecimiento de sus vínculos horizontales.

Esta incongruencia entre la demanda de autonomía nacional y la continua vinculación con las relaciones internacionales imperantes se vuelve particularmente evidente en el énfasis en una estrategia de interdependencia, tan medular en gran parte del debate sobre el nuevo orden económico internacional.

En la estructura actual de las relaciones político-económicas internacionales, la interdependencia ha llegado prácticamente a equivaler a una relación de dependencia jerárquica entre los países con poder y los países sin poder. En un proceso de interacción entre dos partes de fuerzas desiguales, es ilusorio pensar que a través de un esfuerzo conjunto los países más débiles van a desarrollar un sistema económico que responda ante todo a las necesidades de su propia población. En el intercambio, los países con una base tecnológica más desarrollada tenderán más bien a conservar su margen de ventaja y, mientras más poderoso sea el país, más explotará la relación interdependiente en su propio beneficio. Más aún, a mayor volumen de intercambio económico entre partes desiguales, mayores serán las desventajas de los sin poder.

Algunos sugieren que en las relaciones comerciales los países satélites y los países metropolitanos son mutuamente dependientes, pero ése es un concepto falaz si se toma en consideración la ventaja tecnológica de estos últimos. ¿Se puede realmente argumentar que los principales países industrializados dependen del Tercer Mundo para su desarrollo? ¿Qué relevancia tiene la tan proclamada dependencia de los países industrializados si pueden sustituir la mano de obra barata del Tercer Mundo con maquinaria automatizada, si protegen cada vez más sus mercados contra productos de los países del Tercer Mundo y si, como último recurso, están preparados para asegurar su acceso a los recursos del Tercer Mundo con fuerzas armadas de despliegue rápido?

La tesis de la interdependencia ha encontrado mucho apoyo en los protagonistas del nuevo realismo. Esta posición frente al desarrollo ha tomado fuerza en los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), especialmente desde 1978. Subraya que la ayuda a los países en vías de desarrollo aumentará su potencial de comprar productos en los mercados metropolitanos y que esas mejores relaciones comerciales actuarán en favor del egoísmo ilustrado de los países industrializados.

La ayuda, sin embargo, tiende a fluir principalmente hacia los países de ingresos medianos. Según el *Informe del Desarrollo Mundial de 1981* del Banco Mundial, los 36 países más pobres reciben sólo 37% del total de la ayuda para el desarrollo.

En realidad, el modelo ayuda-comercio tiende a concentrar las relaciones interdependientes en los países que son los socios comerciales más prometedores, integrándolos más firmemente al orden económico internacional imperante. Esto inevitablemente debilita aún más la posibilidad de un desarrollo autónomo en el Tercer Mundo.

En el orden internacional imperante, el concepto de interdependencia representa una relación desigual entre Estados soberanos, pero *dependientes*. El *nuevo* orden económico internacional, sin embargo, tendría que establecer una relación entre los estados que se base en soberanía e *igualdad* para todos. Un concepto más apropiado para esta relación sería el de *interdependencia*.

A partir de los principios y conceptos elaborados hasta aquí, el nuevo orden económico internacional se podría definir de la manera siguiente:

> Una organización de relaciones económicas internacionales en la que los Estados, al desarrollar su sistema económico de manera autónoma y con un control soberano absoluto de sus recursos, participan plena y eficazmente como miembros independientes de la comunidad internacional.

La tesis de Dieter Senghaas

En un aporte importante al debate internacional sobre el desarrollo, Dieter Senghaas ha propuesto la tesis de la "disociación".[11] Alega que disociarse de la economía centrada en las metrópolis ofrece el único camino hacia un proceso de desarrollo adecuado en los países del Tercer Mundo. Un proceso de desarrollo de este tipo habría de lograrse por medio de una variedad de medidas, tales como:

- un incremento de la productividad agrícola;
- un incremento de la producción industrial de bienes de consumo masivos no para exportación, en lugar de artículos selectos de lujo para las clases media y alta;
- el establecimiento de instalaciones que generen medios de producción independientes;
- el desarrollo de infraestructuras adecuadas para las necesidades colectivas; y,
- el pleno aprovechamiento de los recursos humanos y naturales disponibles.

La economía actual, estructurada asimétricamente, hace que sea imposible un proceso de desarrollo como ése. Los países del Tercer Mundo por lo general tienen a su disposición la mayoría de los recursos que necesitan para su desarrollo. Sus posibilidades de desarrollar cooperativamente sus economías son óptimas, pero sólo si se disocian de las condiciones que rigen la estructura del mercado mundial. Actualmente, las partes más poderosas activas en el mercado determinan estas condiciones principalmente en función de *sus propias necesidades*. Sólo la disociación hará que la satisfacción de las necesidades básicas de los países del Tercer Mundo sea posible. Si no eligen esta opción, sólo se volverán más dependientes.

La disociación debe ser un componente esencial de las propuestas para un nuevo orden económico internacional. Sin la disociación, todas las propuestas —de mayor transferencia de tecnología, finanzas y otros recursos, de mejora de las condiciones comerciales y una mejor normatividad de los mercados para las materias primas— volverán aún más dependientes a los países satélites.

La disociación y la autosuficiencia

La disociación o "desvinculación", como a veces se la llama, actualmente no encuentra apoyo en todos

los países del Tercer Mundo. La resistencia es particularmente fuerte cuando la elite gobernante tiene una fuerte orientación cultural y política hacia los países metropolitanos. Por consiguiente, en esos países la industrialización tiende a seguir el modelo metropolitano y las relaciones comerciales se orientan principalmente hacia los mercados de exportación metropolitanos.

Pero sin la disociación, los programas de acción para un nuevo orden económico no son más que "vino nuevo en odres viejos". Tal como expresa Senghaas, el nuevo orden podría fácilmente terminar siendo sólo un conflicto respecto de la distribución de recursos entre las metrópolis y las clases sociales del Tercer Mundo que han sido integradas en la economía internacional.[12] Son justamente estas clases sociales, las elites políticas y económicas y las clases privilegiadas del Tercer Mundo, las que se inclinarán a elegir según sus propios intereses; es decir, contra la disociación y en favor de la integración.

Sin embargo, los integracionistas han fortalecido sus estrechos vínculos con las economías metropolitanas, principalmente sobre la base del rápido crecimiento y la riqueza de las naciones del Atlántico Norte en la década de 1960. Pero, desde mediados de los 1970, el crecimiento económico en estos países se ha ido desacelerando y, sin la perspectiva de un crecimiento ilimitado de los mercados, puede que la asociación no sea tan atractiva para los países dependientes.

La decisión respecto de una política nacional de disociación podría ser un desafío directo a los intereses de una elite gobernante tradicional. A menudo implica cambios estructurales profundos y una transición a una nueva dirigencia política con una base democrática popular amplia.

Cuando las estructuras sociales son rígidas y el poder se concentra mayormente en las manos de una elite dirigente, los riesgos son altos. Por otro lado, es posible que la dirigencia política que surja de la transformación social radical a través de la cual se logre la disociación, se mantenga sólo a costa de fuertes controles internos. Por otro lado, como indica el caso de Chile, una disociación por medio de un proceso cuidadoso de cambio social puede verse subvertida por una combinación de presiones internas y externas. Para que tenga éxito, la disociación debe combinar la resistencia a la sincronización externa con una igualdad interna.

Es importante señalar que la disociación propuesta por Senghaas no es idéntica a una autarquía.[13] El intercambio internacional continuaría, pero supeditado a las condiciones de interindependencia descritas anteriormente. Esto supone que, en los intercambios culturales, económicos y políticos, los Estados soberanos seleccionarán lo que promueva el desarrollo autosuficiente. De hecho, el concepto de la autosuficiencia es fundamental en la estrategia de disociación.

Este principio de desarrollo autosuficiente se ha resaltado cada vez más en la última década. Un ejemplo importante de esta línea de pensamiento es el enunciado de la Declaración de Cocoyoc elaborado por los participantes en el simposio de 1974 sobre *Patrones de uso de recursos, medio ambiente y estrategias de desarrollo*. En esta declaración, la autosuficiencia podría «implicar un alejamiento temporal del sistema económico actual; es imposible desarrollar la autosuficiencia a través de una participación plena en un sistema que perpetúa la dependencia económica».

La autosuficiencia se puede definir como la determinación nacional de objetivos de desarrollo y el uso confiado de los recursos locales propios. La autosuficiencia representa un modelo de desarrollo alternativo que se aleja del acento puesto en la vinculación con los países metropolitanos y que se concentra en el aprovechamiento de los recursos propios en beneficio de la población propia. La estrategia de autosuficiencia «requiere, en su dimensión colectiva, que las estructuras políticas, económicas y socioculturales creadas para vincular a las colonias con los países metropolitanos (en una relación de dependencia) se modifiquen para vincular entre sí a los países en vías de desarrollo».[14]

Con la autosuficiencia como objetivo, la disociación significa la decisión consciente en contra del ofrecimiento falaz de una integración en un orden internacional que aparenta responder a todos los intereses de los países en vías de desarrollo, pero que, en realidad, representa casi exclusivamente a los intereses de los poderosos. La disociación exige cuestionar todas las relaciones internacionales de interdependencia entre los países metropolitanos y los países satélites y desarrollar una estrategia de relaciones en función del concepto de interindependencia. También exige abandonar o reformular los objetivos, las prioridades y las imágenes e ideales culturales definidos exógenamente. En un sentido estricto, la disociación significa el desarrollo de una personalidad definida, una personalidad política, económica y cultural que no sea imitativa. Tal como escribió Frantz Fanon durante la lucha de liberación de Argelia: «Hoy podemos hacer cualquier cosa, mientras que no imitemos a Europa, mientras que no estemos obsesionados por el deseo de alcanzar a Europa. [...] Los logros europeos, el estilo europeo ya no deberían tentarnos y hacernos perder el equilibrio».[15] El rechazo a la imitación es absolutamente crucial en una estrategia de disociación. Este aprovechamiento de los recursos creativos propios para la generación de un modelo de desarrollo alternativo exige una disociación no sólo económica, sino también cultural.

La disociación cultural

Pasando al tema central, el alegato en favor de una disociación cultural se basa esencialmente en la tesis de Senghaas ya expuesta anteriormente. Aplicar esta tesis al desarrollo cultural implica que la emancipación cultural de los países satélites será posible sólo a través de una disociación respecto de las relaciones imperantes dominadas por las metrópolis. Sin una disociación cultural, todas las propuestas de emancipación cultural estarán destinadas a ser un vino nuevo en odre viejo. Esto, implícitamente, también es cierto en lo que concierne al nuevo orden informativo internacional. Si la búsqueda de este nuevo orden no se complementa con un alegato en favor de la disociación cultural, inevitablemente se estará optando por el modelo de integración, que podría conllevar mejoras menores marginales, pero integrará a los países del Tercer Mundo en un sistema internacional que obra en contra de sus intereses, impide su emancipación, consolida las relaciones de dependencia y tanto crea como legitima la sincronización cultural.

En el debate político actual, el tema del nuevo orden informativo internacional se aborda, tanto por parte de los representantes de los países industrializados como por los del Tercer Mundo, principalmente desde la perspectiva de la integración. El modelo de integración propone que se habilite a los países satélites para participar más plenamente en un intercambio de información diseñado y controlado por las metrópolis, que se daría mediante una mayor transferencia de fondos para establecer, por ejemplo, agencias nacionales de noticias, tecnología para la infraestructura técnica de dichas agencias y capacitación a los periodistas.

En una transferencia como ésa, la organización y las normas profesionales de los medios informativos metropolitanos son decisivas. Cuando los países del Tercer Mundo caen en la trampa de aceptar estos ofrecimientos, a menudo muy atractivos, se ven comprometidos en una perpetua estrategia de ponerse al día. Si se analiza a fondo el proceso de la transferencia de tecnología avanzada de la información, queda claro que es un objetivo completamente sin sentido. El nivel tecnológico de los países metropolitanos se mueve tan rápidamente que los países satélites sólo pueden hacer esfuerzos jadeantes por pisarles los talones. Aun cuando alcanzarlos fuera posible, habría que preguntarse qué sentido tendría esto para un desarrollo nacional indepen-

diente. Para un desarrollo independiente, que todos los países participen del sistema internacional, con niveles iguales de volumen y sofisticación en materia de adelantos técnicos, no es lo decisivo. Lo que sí es crucial es que el alcance, el volumen y el diseño técnico de sus contribuciones se determinen en función de sus propias prioridades políticas, económicas y culturales. El hecho de que el intercambio esté perfectamente balanceado o no es de importancia secundaria.

En este sentido, el acento que se pone en el debate internacional actual sobre el concepto del equilibrio es algo engañoso. El nuevo orden informativo internacional aboga por un intercambio de información en el que todas las partes participan aportando y produciendo según lo que sea apropiado para sus situaciones particulares y no necesariamente en una cantidad o calidad equiparable a lo aportado o producido por los demás. El nuevo orden informativo internacional promueve un sistema de relaciones no jerárquicas entre las naciones participantes, mientras que un sistema equilibrado no es necesariamente no jerárquico.

Uno se puede imaginar situaciones en las que exportar información es muy importante para un país A, pero menos importante para un país B. En cierta etapa de su proceso de desarrollo, un país podría sentir la necesidad de aislarse del intercambio informativo internacional, precisamente en vista de su emancipación cultural.

El modelo de integración es el opuesto absoluto del modelo de disociación. El argumento central de este último es que un sistema internacional interindependiente exige que los Estados se desarrollen autosuficientemente, lo cual requiere de un control soberano de los recursos, incluida la información. Solamente así puede un Estado volverse independiente no sólo *culturalmente*, sino también *económica* y *políticamente*.

Para el desarrollo de un sistema *cultural* autónomo, es fundamental que los mecanismos adaptativos indirectos, simbólicos y sociales se mantengan o se diseñen de modo que sean adecuados al entorno específico. Para lograr la liberación económica, es vital que los países del Tercer Mundo presenten su propia versión de sus problemas de desarrollo y proporcionen independientemente información sobre materia prima, relaciones de importación-exportación, tecnología, condiciones laborales, actividades de las empresas transnacionales, etc. Más aún, controlar la exportación de información económica crucial es necesario si un país quiere tomar decisiones nacionales sin injerencia extranjera. Esto se ha vuelto sumamente decisivo dados los adelantos en el tráfico internacional de datos informáticos y los canales de telecomunicaciones por satélite.[16]

El control soberano de la producción y distribución de información también es pertinente para la emancipación *política*. Movilizar a toda la población para que participe en el desarrollo nacional inevitablemente exige aportes importantes del sistema informativo nacional.

La disociación cultural, al igual que la disociación económica, no se puede equiparar a una autarquía total. La meta principal es un desarrollo autónomo y autosuficiente; por consiguiente, una tarea de alta prioridad es la de liberar al país de las condiciones que se diseñaron para satisfacer las necesidades de las metrópolis. Mediante la disociación se pretende crear el espacio necesario para hacer un inventario de los recursos nacionales según un concepto propio del desarrollo, y explotarlos independientemente. La disociación es un prerrequisito para la participación social activa de quienes participen en movimientos de independencia nacional. De lo contrario, la presencia abrumadora de las metrópolis poderosas "barrerán" con ellos, como dice Gandhi, desde los frágiles inicios de su independencia. Al igual que en el movimiento de liberación feminista, esto implica la decisión de entablar la lucha siguiendo reglas que no fija el opositor sino que se determinan en forma autónoma.

Puede ser que la realización concreta de la disociación varíe según las diversas etapas de desarrollo en que se encuentren las partes dependientes. Los diferentes tipos de relaciones metrópolis-satélites también podrían exigir procesos de disociación bastante diferentes. En todos los casos, no obstante, aceptar la disociación como principio rector es de importancia crucial.

Esta propuesta de una disociación cultural se puede resumir en cinco puntos principales:

1. Es un proceso mediante el cual un país opta por liberarse y desvincularse de las relaciones internacionales que impiden su desarrollo autónomo.
2. Es una elección activa *contra* la imitación de sistemas culturales extranjeros y *en favor* del diseño de un sistema cultural adecuado para el entorno específico de un país.
3. Es una serie de estrategias para contrapesar las dimensiones de la sincronización cultural y que implican justamente lo opuesto a las tendencias hacia una sincronización cultural.
4. Un requisito clave en el proceso de disociación cultural es una política nacional de información que establezca un nuevo patrón de relaciones informativas internacionales. Las políticas nacionales que impliquen una interdependencia en relaciones desiguales y un tipo de transferencia de tecnología de un perpetuo "ponerse al día" se rechazan en favor de políticas de interindependencia. Un país empieza por el principio de autosuficiencia y selecciona elementos conducentes a una autonomía cultural de largo plazo. Una política nacional de información se podría considerar como la piedra angular de la disociación cultural, en vista de la influencia tan profunda que los flujos de información y las tecnologías de la información ejercen en el desarrollo cultural.
5. Por último, la disociación cultural exige cuatro componentes cruciales de una política nacional de información para detener la sincronización cultural: definición autónoma de las necesidades fundamentales de un país, formulación de los principios de dicha política a partir de estas necesidades, conversión de estos principios en una planificación concreta y movilización de los recursos propios.

Una premisa fundamental es que el desplazamiento hacia un nuevo orden informativo internacional puede contribuir a una verdadera autonomía del Tercer Mundo en las comunicaciones mundiales sólo en la medida en que las políticas nacionales de información incorporen estos principios de disociación cultural. En la perspectiva de la disociación, un nuevo orden informativo internacional se puede definir como un intercambio internacional de información en el que los Estados que desarrollan su sistema cultural de manera autónoma y con un control soberano completo de sus recursos participan plena y eficazmente como miembros independientes de la comunidad internacional.

El paso primero y decisivo hacia un nuevo orden informativo internacional tiene que ser que los países del Tercer Mundo opten por una política de información independiente y propia. Las políticas nacionales también deben planear formas regionales de cooperación a fin de que el apoyo mutuo de un bloque de países establezca una base más sólida de intercambio de información y detenga la estrategia de dividir y conquistar de los países más industrializados.

Política nacional de información

A principios de la década de 1980, muchos países del Tercer Mundo empezaron a tomar conciencia de la necesidad de diseñar e implementar políticas nacionales de información,[17] tal como la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación (la Comisión MacBride) recomendó en su informe: «Es fundamental que se elaboren políticas de la comunicación nacionales integrales

vinculadas a los objetivos globales de desarrollo social, cultural y económico».[18] La Comisión resaltó que, en la formulación de políticas, la participación democrática de todos los grupos sociales era esencial. Más aún, como afirma: «Cada país debe desarrollar sus patrones de comunicación según sus propias condiciones, necesidades y tradiciones, con lo cual fortalecerá su integridad, independencia y autosuficiencia».[19]

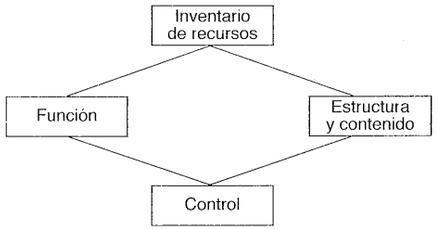
En este análisis el concepto de disociación cultural cumple con casi todas las condiciones como principio rector para el desarrollo de un sistema informativo autosuficiente.

En general, se prefiere la frase "política nacional de *información*", en lugar de la utilizada por la Comisión MacBride, "política nacional de *comunicación*". Aunque no tienen diferencias fundamentales implícitas, el concepto de información se usa por los motivos siguientes. En primer lugar, corresponde mejor a un nuevo orden informativo internacional. En segundo lugar, y más importante aún, la comunicación tiende a asociarse a la comunicación de masas únicamente. En este estudio, la formulación de políticas propuesta tiene que ser integral y abarcar también las formas de transferencia de la información punto por punto, tal como, por ejemplo, en la informática. Más aún, dichas políticas deben abordar no solamente los problemas de infraestructura, sino también los relacionados con los contenidos de información que estas infraestructuras transmiten.

Al establecer una política informativa nacional, los elementos siguientes parecen ser esenciales:

- definición de la *función* del sistema informativo;
- *inventario de recursos*;
- *diseño de la estructura* de un sistema informativo nacional; y,
- *control*, es decir, las reglas y mecanismos mediante los cuales se puede controlar el funcionamiento interno y externo del sistema.

Gráfico 1
Los elementos necesarios para establecer una política nacional de la información



Todos estos elementos están interrelacionados, como muestra el gráfico anterior. Es un modelo esquemático que se debe interpretar como un plan preceptivo para aplicarse exactamente en la forma del modelo. Es importante, sin embargo, que se tomen en cuenta todos los elementos para que cada factor refuerce a los demás. En la formulación de la política de información, se deben definir claramente los objetivos. Los recursos necesarios para lograr estos objetivos tienen que analizarse cuidadosamente. Los recursos y los objetivos de la política deben guardar concordancia en función de las metas y principios globales del desarrollo. En la implementación de la política de información, habrá que movilizar recursos para crear infraestructuras y programas que cumplan con los objetivos establecidos, y se debe establecer algún tipo de monitoreo para permitir correcciones y ajustes.

Función

Cada sociedad debe definir, de una u otra manera, las funciones cruciales de sus procesos informativos, así como una descripción de la función de las instituciones sociales que desarrollan estos procesos. Esto es aún más urgente en las sociedades del Tercer Mundo, debido a los severos problemas que ponen en riesgo los procesos de desarrollo tanto interna como externamente.

Los procesos informativos a menudo obstaculizan gravemente el desarrollo autónomo al introducir formas inadecuadas de adaptación al entorno. Desde el inicio del proceso de planificación, es importante examinar a fondo cómo los procesos informativos contribuyen a darle forma a las técnicas, símbolos y patrones sociales que permiten que una sociedad se adapte a las necesidades de su entorno particular.

Por ejemplo, en muchos países del Tercer Mundo los procesos informativos, como es el caso de la publicidad, transmiten mensajes que inducen a la gente a adquirir bienes y servicios que no guardan ninguna relación con sus necesidades reales. Basta pensar en los muchos artículos de lujo promocionados por la publicidad en todo el Tercer Mundo. Estos bienes y servicios a menudo asumen un valor agregado más allá de su valor de intercambio intrínseco. Simbolizan una posición social a la cual aspiran las personas y, casi mágicamente, prometen cumplir los sueños que muchas personas jamás lograrían por su propio esfuerzo.[20] Como símbolos, estos bienes y servicios satisfacen necesidades psicológicas y sociales reales. Por ejemplo, puede que una familia mexicana ahorre toda la semana para que el padre pueda beber una Coca-Cola el fin de semana. Esto es importante porque la Coca-Cola se ha convertido en un símbolo que satisface una necesidad genuina de posición e identidad social.

Necesidades intangibles como ésa son importantes en las vidas de todas las personas y, por lo tanto, quizá sea preferible buscar productos que puedan satisfacer esas necesidades y, a la vez, reportar beneficios substanciales. Por ejemplo, el jugo de fruta sería un refresco más nutritivo y también se le podría adjudicar un significado simbólico que esté asociado con la posición y la identidad sociales. Ése sería el caso si la bebida nacional llegara a simbolizar la resistencia a la aniquilación cultural y la búsqueda de la identidad mexicana.

La función general de los procesos informativos —lograr relaciones de adaptación adecuadas— tiene tres dimensiones importantes: la participación política, la autonomía de las minorías y la integración nacional.

Participación política

El diseño de toda política nacional debe empezar por la pregunta ¿Qué tipo de sociedad queremos y cómo queremos lograrla? La respuesta será decisiva para definir la contribución que se espera de los procesos informativos.

La decisión acerca de la estructura social también debe tener en cuenta las estructuras políticas, económicas y culturales imperantes en el país. Generalmente, algunas metas políticas nacionales ya se han formulado y un tipo específico de sistema económico estará en funcionamiento. A veces, un país puede tener una cultura extranjera superpuesta e impuesta, especialmente en los enclaves urbanos occidentalizados. En la mayoría de los países, sin embargo, se han desarrollado y mantenido relaciones culturales de adaptación más o menos adecuadas. En general, tales metas políticas, sistemas económicos y relaciones culturales de adaptación se han determinado sin un proceso descentralizado de toma de decisiones que permita una base amplia de participación popular.

Paulo Freire observó que el desarrollo no se puede lograr en condiciones de "silencio".[21] Esto sugiere que un plan de desarrollo nacional sólo puede ser trascendente si las decisiones sobre la distribución y realización de bienes y servicios, y el desarrollo de técnicas, símbolos y patrones sociales adecuados se han tomado con una participación amplia.

Para cualquier proceso de desarrollo, es vital contar con canales de información horizontales que activen todos los sectores de la población y que faciliten el acceso a la toma de decisiones de los sectores que de otra manera quedarían excluidos. La estrategia respecto de la organización económica nacional deberá guiarse por las necesidades básicas que el pueblo mismo indique.[22]

Por cierto, en la mayoría de los países del Tercer Mundo la organización económica vigente no está guiada hacia estas necesidades básicas. Una función esencial de los procesos informativos es que el pueblo tome conciencia de este hecho y que sea posible plantearle alternativas.

Autonomía cultural para las minorías

[...] Algunas formas de liberación de la dependencia solo instalan en un país otra elite dominante que impone una condición de dependencia a las minorías. Por esta razón, se ha subrayado que los movimientos de liberación nacional no se limiten a la eliminación de la dependencia externa, sino que incluyan un proceso simultáneo de eliminación de las desigualdades internas. A medida que un país adquiere autosuficiencia, también debe haber flexibilidad para permitir que los diferentes grupos sociales desarrollen sus relaciones de adaptación específicas.

Por lo tanto, en la formulación de políticas, una pregunta pertinente sería si la labor por lograr una autonomía cultural nacional podría poner en riesgo la expresión cultural de grupos regionales o étnicos. ¿Puede la política informativa nacional tomar suficientemente en cuenta las necesidades y aspiraciones de las minorías nacionales: el Cuarto Mundo dentro del Tercer Mundo? Esta es una pregunta particularmente difícil, ya que la política informativa nacional también deberá considerar con seriedad los objetivos de integración nacional.

Integración nacional

Fomentar el uso de los procesos informativos para la expresión de intereses radicalmente contradictorios podría bien ser un lujo que sólo pueden darse las naciones sumamente desarrolladas y socialmente integradas.

Se han formado recientemente muchas naciones nuevas integradas por grupos étnicos y lingüísticos bastante disímiles, muchos de los cuales han estado aislados geográficamente unos de otros y han tenido identidades culturales distintas por mucho tiempo. La ausencia de una infraestructura de comunicaciones y transporte, una situación común a muchos países subdesarrollados, tiende a reforzar dicho aislamiento cultural. Los gobiernos de estas naciones deben buscar un equilibrio delicado entre lograr que estos grupos formen parte de una unidad y que, al mismo tiempo, sean respetadas sus culturas minoritarias. Para los fines de esta unidad, es vital que se movilicen todos los recursos disponibles y se distribuyan entre todos los grupos sociales. En un país que, para empezar, tiene un nivel bajo de recursos desarrollados para distribuir y que debe motivar cuidadosamente a su pueblo para emprender un esfuerzo coordinado, alentar abiertamente un debate rencoroso exacerba innecesariamente las divisiones e invita al desastre. En esas circunstancias, un país en vías de desarrollo se encontraría en una situación considerablemente distinta de la de un estado industrial avanzado. El trabajoso y delicado proceso de desarrollo puede soportar sólo un mínimo de contradicciones internas para mantener alguna posibilidad de defensa contra las presiones externas.

Mientras más poder puedan ejercer los países en vías de desarrollo en las relaciones internacionales, por ejemplo a través de movimientos coordinados con otros países, como lo han hecho los países no alineados, mayor flexibilidad tendrán para permitir la autonomía de minorías internas. Pero cuando un país tiene poco poder y experimenta un conflicto interno que lo debilita, es vulnerable a la intervención externa y a la consolidación de dependencias externas.

Las contradicciones internas frenan el proceso de desarrollo e invitan a la intervención externa, lo cual, a su vez, refuerza la sincronización cultural transnacional que impide la autosuficiencia y agrava la desintegración nacional.

Una política informativa nacional tiene que fomentar la integración nacional, no a costa de un monopolio de ciertas clases sociales, sino a través de la participación equilibrada de todos los sectores sociales.

Inventario de los recursos nacionales

Antes de convertir las funciones de un sistema informativo nacional en una organización concreta, en una infraestructura técnica y en contenidos, es necesario analizar tanto la disponibilidad como la forma de adaptación de los recursos. Cuando la autonomía cultural es un criterio significativo, es metodológicamente importante considerar los recursos en función de tres categorías: los que forman parte integral del contexto nacional, los ya importados y adaptables a las necesidades nacionales y los extranjeros que todavía hay que importar.

Recursos nacionales

La forma de implementar las funciones cruciales arriba descritas en los contextos nacionales específicos depende en gran medida de la naturaleza y la disponibilidad de los recursos existentes, tanto físicos como culturales, o los recursos que el país puede al menos producir internamente.

Si se han de respetar funciones como la participación y la autonomía, es importante considerar si es posible aprovechar los elementos de la tradición nacional autóctona como contribuciones a una adaptación adecuada al entorno. Las instituciones y los valores sociales tradicionales que subyacen tras los patrones culturales de un país a menudo pueden ser muy efectivos en el proceso de desarrollo nacional, especialmente para captar la participación de grandes grupos de la población indígena. En las zonas altas de los Andes del Perú, por ejemplo, se revivieron instituciones de origen incaico para formar la base organizativa de una sociedad socialista. En algunos países se ha intentado reintroducir tecnologías tradicionales que, en su situación específica, están mejor adaptadas y son más económicas. Un ejemplo es el retorno de prácticas médicas indígenas en México o la integración de los curanderos al sistema moderno de atención médica en Zimbabwe. Otro ejemplo es la aplicación de los sistemas de riego incaicos en el altiplano del Perú.

Para la planificación de los procesos de información, un factor clave que se debe tener en cuenta es que el recurso básico, la información, ya está presente en el sistema nacional y es controlado por el pueblo mismo. Este recurso cultural se desarrolla a partir de los conocimientos, la experiencia, los sucesos y los acontecimientos históricos presentes en toda sociedad. Todas las sociedades poseen una gran variedad de símbolos culturales tradicionales a través de los cuales se puede expresar e intercambiar información de maneras trascendentes y comprensibles para el pueblo de un país o de una región. Este intercambio de información utiliza técnicas y canales de comunicación tradicionales que pueden ser particularmente eficaces para la distribución masiva de información, precisamente porque existen a nivel de las comunidades locales en todo el país y porque las personas saben cómo usarlas sin una capacitación especial.

En muchos países del Tercer Mundo estas formas tradicionales son los portadores vivientes del sistema cultural que contribuye de manera pertinente a la conciencia nacional. Son, con frecuencia, más eficaces y más creíbles que los medios informativos modernos, porque forman parte de la cultura del país y usan el lenguaje del pueblo. Estos medios tradicionales a menudo exigen una participación más activa que los medios masivos modernos, facilitan la interacción y la retroalimentación, y son más económicos.

En ciertos casos pueden combinarse, con muy buenos resultados, con los medios modernos. En Tailandia, por ejemplo, los cantantes de la ópera folclórica (*maulum*) preservan una importante tradición nacional a través de sus historias y canciones en la radio y televisión.

No obstante, los intentos por combinar las formas tradicionales y modernas plantean la duda de si es-

tas expresiones, que a menudo tienen un contenido sagrado o literario, se pueden usar con buen gusto y eficacia con fines sociales y políticos contemporáneos. En la India, por ejemplo, los aldeanos se encolerizaron cuando el texto de las canciones religiosas Yellama se adaptaron para su uso en la educación sobre el control de la natalidad.

Una combinación de lo antiguo y lo nuevo es factible cuando la forma tradicional es flexible y abierta a la improvisación. Algunos ejemplos son las interpretaciones Wajang Kulit en Indonesia, los payasos de las obras Nautanki en la India, los relatos de cuentos (Katha) y marionetas (Kathputli) indios, los títeres iraníes, las baladas egipcias (Cham Soun), las comedias teatrales en Ghana (Kakaku), las canciones populares de México y el calipso de las Antillas. Todos los anteriores son procesos informativos fácilmente accesibles y forman parte intrínseca de una tradición cultural nacional. Se deben considerar como elementos importantes de un sistema informativo nacional eficaz y auténtico.

Por último, en todos los países del Tercer Mundo abunda el recurso más importante, la mano de obra. En condiciones de escasez de capital, se puede emplear a las personas para llevar a cabo los procesos informativos nacionales, en lugar de usar equipos costosos y a menudo inadecuados.

El personal profesional debe constar de pobladores locales que entienden bien a su público. La planificación y ejecución de su capacitación se debe confiar, en la medida de lo posible, a pobladores locales según el nivel de conocimientos y experiencia disponibles en el país. Para la mayoría de los procesos informativos, los países del Tercer Mundo pueden capacitar a su propio personal con sus propios métodos, normas profesionales y prioridades sociales.

Frecuentemente se alega que los países del Tercer Mundo tendrían muy poco material de programación y muy pocas personas competentes para llenar los medios. Esta aseveración es falaz, porque se basa en las exigencias impuestas por las normas arbitrarias de los países más desarrollados. Una escasez de material y de personal sólo constituye un problema cuando se siente que es necesario programar más horas de transmisión de lo que permiten el material y el personal disponible. Tailandia es un buen ejemplo. Cuando se lanzó la televisión a fines de la década de 1950, el tiempo de transmisión televisiva tailandesa era muy limitado. No fue un problema producir suficientes programas con los talentosos bailarines, cantantes, intérpretes y titiriteros locales. Sólo cuando los intereses comerciales forzaron una extensión del tiempo de la transmisión televisiva, surgió una escasez de material y personal. Para llenar las aproximadamente 70 horas de programación semanal, se tuvo que importar programas de Estados Unidos y de Alemania Occidental.

Tal como demuestran estos casos, una condición esencial para la autonomía es ajustar las demandas sobre los medios informativos a los recursos disponibles.

Adaptación de recursos de origen extranjero

La mayoría de los países del Tercer Mundo tienen un pasado colonial o de dominación extranjera y gran parte de la organización o tecnología inicial para el procesamiento de la información se introdujo durante ese periodo de mucha influencia extranjera. Si un país desea adoptar una política de autonomía cultural, enfrenta el tema de adaptar la política a las metas nacionales actuales. Un criterio decisivo es si los elementos extranjeros están inherentemente vinculados a la dependencia o si están abiertos a transformaciones a menudo radicales.

Por ejemplo, los productores de televisión mexicanos y argelinos han cuestionado si el drama televisivo, una forma importada de Estados Unidos, puede expresar los ideales de los movimientos de independencia nacional del país o si va a tener una influencia negativa en las lealtades nacionales. En Mozambique se preguntan si el idioma de los colonizadores se puede usar para apoyar la liberación nacional.

Las técnicas introducidas durante el régimen colonial se pueden aprovechar para las metas revolucionarias nacionales. La radio en Argelia es un ejemplo. A comienzos de la década de 1950, Radio Alger era *el* símbolo del colonialismo francés y un instrumento para la sincronización de la cultura argelina con el modelo francés. Para los argelinos, la radio era "franceses hablando a franceses". Después de 1956 esto cambió radicalmente. La radio se convirtió en *el* medio de comunicación para la revolución. La *Voz de Argelia* cambió rápidamente las actitudes de los argelinos hacia la radio y condujo en poco tiempo a un control técnico del medio. La radio ya no formaba parte de la opresión colonial; se convirtió en un símbolo de liberación.[23]

Otro ejemplo de la adaptación de las técnicas importadas en la época colonial ahora disponibles en los países del Tercer Mundo es la imprenta. Muchos países tienen acceso a imprentas locales pequeñas y medianas que han desempeñado un papel importante en los procesos informativos nacionales.

Algunos países del Tercer Mundo también han emprendido la producción de su propio equipo de transmisión. Han desarrollado los conocimientos para adaptar la tecnología importada anteriormente y, con trabajadores y materiales locales, han sabido sacarle provecho. En Pakistán, por ejemplo, la empresa emisora pakistaní fabrica los transmisores para los sistemas de emisión y control de onda media de los estudios de radio. Los transmisores cumplen con las normas internacionales de calidad y cuestan la mitad que los equipos anteriormente importados.

Importación de tecnología nueva

Para la mayor parte de su tecnología de comunicación más avanzada, los países en vías de desarrollo deben acudir al exterior. Los proveedores de esta tecnología aducen que esa nueva tecnología les permitirá bajar sus costos y lograr en pocas décadas lo que les ha tomado generaciones a los países occidentales desarrollados conseguir en cuanto a infraestructuras de comunicación. Para los países que tienen prisa por desarrollarse, este argumento es ciertamente atractivo. No obstante, pocas veces cuestionan suficientemente si esta tecnología, desarrollada principalmente para una sociedad industrial urbana, es pertinente o adaptable a las condiciones por lo general muy distintas en sus propias tierras. En la decisión de importar tecnología extranjera, un criterio importante debe ser si ésta puede contribuir al desarrollo autónomo.

Desde la perspectiva del desarrollo autónomo, la importación de la programación de televisión, e incluso de la radio, ha sido a menudo cuestionable. Son medios unidireccionales que no fomentan una participación activa de su público y que son incapaces de tomar en cuenta con alguna seriedad las necesidades y problemas locales.

Al buscar una tecnología adecuada, incluso tendría más sentido escoger medios más avanzados en algunas circunstancias. Los nuevos miniequipos móviles pueden ser mucho más adecuados que las técnicas actuales de televisión y cine. Los casos de Tanzania y la India son ejemplos de esto. En 1974 y 1975 se dirigió mucha atención a un experimento de programas educativos por satélite, mientras que un proyecto a pequeña escala que utilizaba una técnica muy poco costosa en Uttar Pradesh pasó prácticamente inadvertido. Se diseñó un sistema de equipo portátil de vídeo para mejorar el intercambio de información entre los aldeanos.[24] A diferencia de la radio y la televisión, éste era un medio que los aldeanos podían administrar ellos mismos y a través del cual podían expresar sus propios problemas locales. Se acostumbraron rápidamente a los requisitos técnicos del equipo y ellos mismos decidían el contenido de los programas, y los usaban para hablar sobre sus problemas reales. El interés en las películas comerciales que inicialmente se transmitían por el monitor desapareció poco a poco y cedió el paso a una gran acogida a los programas producidos localmente.

En comparación con las normas de la televisión profesional, sus programas pueden haber sido de menor calidad, pero como canales de intercambio de información pública eran sumamente relevantes.

Los métodos de investigación científica podrían desempeñar un papel importante en el inventario de los recursos nacionales. La investigación actual se concentra principalmente en problemas, conceptos, métodos y técnicas diseñados en las metrópolis. Más aún, la investigación social, incluida la de los medios de comunicación, se ha convertido en una portadora de la sincronización cultural.[25] Los países del Tercer Mundo deberán lograr su independencia en este campo por su propia iniciativa. Tendrán que plantearse sus propias preguntas y encontrar respuestas pertinentes por medio de sus propios métodos de investigación.

La estructura y el contenido de los procesos de información

Estructura

La estructura de un sistema informativo nacional se deberá diseñar según las funciones críticas y los recursos disponibles descritos anteriormente. Por consiguiente, la estructura debe tener en cuenta cuatro aspectos:

- el control nacional;
- la descentralización;
- evitar el control por una elite profesional; y,
- un modo diacrónico de intercambio de la información.

Control nacional

En las relaciones internacionales actuales el control nacional del sistema informativo de un país es un prerrequisito absoluto para la soberanía nacional. A medida que se desarrolla un sistema altamente integrado de comunicaciones mundiales, un plan claro para mantener el control de los sistemas informativos dentro del país se vuelve más urgente. Está en juego un recurso vital para el desarrollo nacional que se debe aprovechar en función de las metas del país. Un control soberano del recurso de la información significa que una sociedad mantiene su autonomía de decisión respecto del procesamiento, el uso y la exportación de la información. Para mantener esta autonomía nacional es posible usar muchas formas diferentes de propiedad y administración. Un país debe decidir si los sistemas informativos habrán de nacionalizarse por completo o si los distintos medios de comunicación y los distintos tipos de servicios necesitan diferentes tipos de estructuras de control.

En Nigeria, por ejemplo, hay tres categorías diferentes de control de la propiedad. En la categoría I, que abarca la radio, la televisión, los periódicos, las agencias de publicidad, los cines y la distribución de películas, es obligatoria la propiedad total por parte de los ciudadanos de Nigeria. En el caso de la categoría II, que incluye la impresión de libros y la publicación de libros y revistas, 60% de la propiedad debe ser nigeriana. La categoría III exige 40% de propiedad nigeriana y abarca la fabricación industrial de piezas para computadoras, radios y televisores, y la producción de películas para el cine y la televisión.[26]

Otros aspectos del control nacional que se deben considerar son las decisiones respecto de la asignación de fondos públicos para el desarrollo de instalaciones de producción de la información, la política fiscal (por ejemplo, la tributación de los flujos de información) en relación con las empresas extranjeras, la política de precios para los servicios informativos, las tarifas PTT sobre la televisión y las telecomunicaciones, y la reglamentación de las importaciones y exportaciones de información.

Dadas las funciones previstas de los sistemas informativos mencionados anteriormente, el control nacional implica tanto una amplia participación pública como beneficios para todos los sectores sociales, ya que el desarrollo de toda la sociedad está en juego.

En los últimos años, se han reunido suficientes pruebas empíricas para sustentar la observación de que en los países del Tercer Mundo los mecanismos del libre mercado para la producción y distribución de información no han podido satisfacer las necesidades básicas de estos países.

Los sistemas de propiedad, administración, normatividad, etc. deben respetar este propósito público y social de la información para hacer valer el derecho del pueblo de informar y de ser informado, y para evitar que se atiendan sólo las necesidades de las clases privilegiadas de la sociedad. Los procesos informativos en los países del Tercer Mundo son una forma importante de servicio público, comparable a las instalaciones educativas. La sociedad puede delegar este servicio a instituciones sociales específicas, pero reservarse el derecho de normar su ejecución.

Debe quedar claro que, en este razonamiento, el *control* nacional no significa que una elite gobernante tenga poder exclusivo sobre las operaciones de un sistema informativo. En cualquier discusión sobre las formas de control de los medios de producción, es importante marcar una diferencia entre el control asignado y el control operativo; es decir, la diferencia entre la *propiedad* del medio de producción (incluida la asignación de recursos a largo plazo) y la *ejecución* de las operaciones diarias de producción. En los Países Bajos, por ejemplo, existe una ley editorial destinada a mantener una separación clara entre las dos formas de control; esto es, entre los propietarios y directores y los editores y periodistas. Se puede concebir un sistema en el que el Estado tenga el control asignado de los medios informativos, con diversos grupos sociales a cargo del control de las operaciones.

Esta posición evidentemente llama a una serie de preguntas. Los sistemas informativos bajo control nacional son vulnerables al abuso; pruebas de esto abundan en muchos países del Tercer Mundo. No es raro encontrar un tipo de periodismo del desarrollo, controlado por el gobierno, que es prácticamente propaganda de la elite gobernante y sus proyectos. El punto de vista de los voceros del Tercer Mundo a menudo crea confusión cuando estos subrayan la necesidad de recibir una cobertura favorable de la prensa en los países del norte. A partir de este análisis debe quedar claro que esa cobertura no es en absoluto una prioridad e incluso podría ser una amenaza para el desarrollo nacional.

En el debate internacional se presta mucha atención a estos fenómenos; algunos incluso los consideran el meollo del problema. Especialmente quienes limitan la discusión a los problemas de la recolección y distribución internacional de noticias sostienen que la mayor parte de las dificultades se resolverían si en los países del Tercer Mundo se dejara de censurar, encarcelar o expulsar a los periodistas. Los problemas de censura, detención y expulsión se deben confrontar y no minimizar. No obstante, es importante analizar este tema desde una perspectiva más contrapesada.

1. Los problemas de censura, detención y expulsión no se limitan a los países del Tercer Mundo: ocurren en todo lugar y no están vinculados "inherentemente" a ciertos tipos de estructura de la propiedad de los medios informativos. El abuso de los procesos informativos bajo control nacional no es *inevitable*. Es más bien una consecuencia del nivel de desarrollo nacional, de la estructura política dominante, la organización política, el estado de la conciencia política de la población y el grado externo de presión política, económica y cultural.
2. También se debe tener en cuenta que muchos de los problemas que acompañan a las instituciones políticas actuales tienen sus raíces en la situación de dependencia colonial o neocolonialista. Esto de ninguna manera constituye una aprobación de estos abusos. Pero hay que señalar que un análisis crítico debe concen-

trarse en las estructuras que causan los problemas de libertad informativa en los países del Tercer Mundo. Además, las críticas a los gobiernos esa región a menudo provienen de los defensores de las libertades occidentales que se mantuvieron muy callados cuando esos mismos gobiernos fueron instalados por intereses occidentales.

3. En los casos de censura, detención o expulsión, los gobiernos correspondientes no están infringiendo automáticamente la libertad de prensa. En muchos países del Tercer Mundo los periodistas occidentales han colaborado con los servicios de inteligencia o han revelado o exportado irresponsable e irreflexivamente información que efectivamente debió de haberse protegido. Un ejemplo de un reportaje falaz ocurrió en relación con Camboya. A comienzos de 1977 medios internacionales como *Newsweek*, *Time* y *The Washington Post* publicaron fotografías de ejecuciones y trabajos forzados bajo el régimen de los Khmer Rouge. Fuentes distintas (entre ellas el Departamento de Estado de EE.UU.) identificaron que se trataba de falsificaciones montadas en Tailandia. También salió a la luz que algunos de los medios, por ejemplo *The Washington Post* y *Time*, lo sabían antes de que decidieran publicarlas. Comportamientos como ése no son muy buenos argumentos para fomentar la libertad de prensa en los países del Tercer Mundo. En algunos casos, la conducta personal irresponsable de un periodista ha dado lugar a su expulsión, como lo haría cualquier gobierno, aun si se tratara de un diplomático.

Por más importante que sea la discusión anterior, no toca el meollo del problema: la incapacidad de las elites gobernantes nacionales de desarrollar sistemas culturales adecuados. La pregunta decisiva es: ¿Qué clases sociales controlan la toma de decisiones? Esto, a su vez, conduce a la segunda característica de la estructura: la descentralización.

Descentralización y participación

Para evitar la monopolización de los sistemas informativos por una elite pequeña, pero elocuente y educada, la estructura de los sistemas informativos necesita una forma de control más amplia y más democrática. El control público y social de los procesos informativos exige una forma totalmente descentralizada de tomar decisiones que permita la participación de toda la población, al menos de alguna manera. Los medios de comunicación públicos desempeñan un papel importante en la concienciación política para fomentar la participación activa de todos los sectores de la sociedad y una evaluación más crítica de los sucesos nacionales.

Evitar el control de los profesionales de los medios

En la evolución de los medios de comunicación públicos a lo largo del último siglo, o incluso más, los ciudadanos comunes y corrientes han llegado a verse a sí mismos como meros observadores pasivos. Los medios de comunicación son vistos como el dominio privado de un pequeño grupo de estrellas y de productores profesionales.

Una de las propuestas centrales del nuevo orden informativo desafía esta forma de los medios de comunicación públicos, no sólo en los países en vías de desarrollo, sino también en los países más desarrollados. La descentralización estructural en el sistema informativo significa que la persona común y corriente vea su participación como una forma de servicio público. También implica quitar el control exclusivo de los procesos informativos de las manos de la elite profesional.

La administración y la operación de un sistema informativo nacional requieren del reclutamiento y la capacitación de personas con talentos especiales para esos trabajos. Sin embargo, una vez que la información se define como la capacidad exclusiva de un grupo de elite, separado del resto de la sociedad hasta por su estilo de vida, entonces la estructura misma del sistema informativo otorga a unos cuantos especialistas el derecho exclusivo de informar a los no especialistas.

La desprofesionalización significa hacer un esfuerzo por garantizar el derecho de todos de informar y de ser informado. Esto es muy similar a la situación de aprendizaje propuesta por Paulo Freire. En su planteamiento, la separación convencional entre el instructor-especialista y el alumno se debe abolir. Da por supuesto que todos tienen conocimientos e información sobre una parte de la realidad y aboga por una situación en la que todos pueden contribuir. En esta perspectiva, el descubrimiento de nuestra realidad sólo puede darse a través de un proceso creativo de aprendizaje conjunto.

La introducción de un modo diacrónico de intercambio de la información

Todas las sociedades se caracterizan por una complejidad de procesos informativos y por el intercambio de una inmensa variedad de mensajes a través de esos procesos. En un sentido muy real, los procesos de intercambio de información constituyen la sociedad y reflejan fielmente sus relaciones de poder.

Quienes tienen una mejor situación socioeconómica, educación, etc. tienden a ocupar una posición más central en los intercambios de información y es más probable que reciban más información, especialmente información más *estratégicamente* importante. Su mayor acceso a los canales también les da más oportunidad de decidir qué mensajes se van a intercambiar, porque ellos deciden cuál es la agenda. Más importante aún, ellos determinan qué contribuciones serán las decisivas en el intercambio. Muchos procesos informativos están relacionados con situaciones en las que hay que tomar decisiones y se debe elegir entre diversas posibilidades. Las posiciones de los participantes en estas situaciones determinarán en gran medida qué alternativas se tomarán en serio.

En tanto los procesos informativos son un reflejo de las relaciones de poder imperantes, en general actuarán de modo sincrónico. En este modo hay una distancia muy grande entre el emisor y el receptor: se supone que el receptor se sincronizará con lo entregado por el emisor. El emisor se convierte en el especialista que por sí solo puede seleccionar, procesar y distribuir los mensajes. Los mensajes son "prescritos" al receptor pasivo, que se espera que los registre y almacene en sus *archivos*.[27]

En el modo sincrónico no existe un diálogo que haga posible que el receptor sea un participante activo en el proceso o que le permita cuestionar los mensajes y buscar maneras de relacionarlos con la realidad cotidiana.

Este modo sincrónico es totalmente inadecuado para una estructura descentralizada de los procesos informativos. La emancipación de los individuos y de los grupos sociales exige un modo diacrónico para los procesos informativos. Con este modo la distancia entre el emisor y el receptor se reduce a un mínimo. Los mensajes de todos los participantes del proceso se reúnen para afrontar la realidad conjuntamente.

El modo diacrónico implica una serie de características en el patrón del proceso informativo:

- La información se organiza de manera que las relaciones estructurales de la realidad se hagan visibles.
- Existe una relación clara entre la información y la situación contextual de los participantes del proceso de intercambio.
- Todos los participantes tienen acceso a las instalaciones para ofrecer sus aportes y correcciones.
- La información y la acción social se vinculan integralmente.

Contenido

Los criterios generales que guiarán las decisiones sobre el contenido en un sistema informativo nacio-

nal estarán sugeridos, en primer lugar, por la función, los recursos y las características estructurales. Ya que el criterio que subyace tras estas dimensiones de los sistemas informativos es la autonomía nacional, ésta será la que, en última instancia, afectará la elección del contenido más significativamente.

Un desarrollo autosuficiente presupone la liberación no sólo de la opresión externa, sino también de la "mentalidad del colonizado". Para los oprimidos, paradójicamente, ser humano es ser un opresor: el opresor se ha convertido en el modelo de humanidad.[28]

Al mismo tiempo, el oprimido se ve a sí mismo a través de los ojos del opresor y se desprecia a sí mismo. «El autodesprecio es otra característica de los oprimidos, que se deriva de su interiorización de la opinión que los opresores tienen de ellos».[29]

En el proceso de liberación de estas imágenes alienantes los procesos informativos desempeñan un papel importante. Su contenido se debe orientar hacia una liberación que conduzca a una imagen propia auténtica.

Para que los procesos informativos contribuyan a un desempeño liberado y seguro de sí, los contenidos deben implicar que:

- Se facilite la comprensión del entorno en el que viven las personas (¿Cuál es tu situación de vida?).
- Los mecanismos que determinan y mantienen el entorno se vuelvan transparentes (¿Cómo está estructurada tu propia situación de vida?).
- Se ofrezcan alternativas de acción que conduzcan al cambio (¿Cómo puede cambiar tu situación de vida?).

Como ejemplo de cómo el contenido de los procesos informativos contribuye a una comprensión más adecuada del entorno y a una mayor libertad de elección, podemos tomar el problema del hambre, que aflige a tantos millones de pobres en el Tercer Mundo.[30]

La información sobre los problemas de alimentación en los países del Tercer Mundo podría concentrarse en lo siguiente:

1. Descubrir con las personas afectadas (especialmente la población rural) cómo su situación actual está controlada por presupuestos erróneos (tales como la creencia de que el hambre es simplemente el resultado de la escasez de alimentos o de la existencia de demasiadas personas).
2. Explorar cómo estos presupuestos erróneos ocultan los *problemas reales*. (Por ejemplo, el problema de exportar demasiados de los alimentos producidos en el país, el control de los recursos agrarios por un grupo pequeño que no tiene ningún interés en alimentar a toda la población o la importancia de las técnicas agrícolas modernas que benefician sólo a una elite minúscula).
3. Analizar las causas *estructurales* que están detrás de estos problemas: Por ejemplo, el control de la toma de decisiones burocrática nacional por una elite que se opone a una reforma agraria básica, o el control de la producción y distribución de los alimentos por parte de un número pequeño de grandes productores.
4. Diseñar líneas de acción *alternativas*. Por ejemplo, cada país tiene los recursos para minimizar o resolver los problemas de hambre de su población, o la producción de alimentos se debe dirigir primeramente a satisfacer las necesidades de la propia población.

En el caso del hambre, contenidos de información de este tipo contribuyen a una adaptación más adecuada al entorno y, por tanto, a la autonomía cultural del país.

Control

La dimensión final que se debe considerar al planificar un sistema informativo nacional es el control de ese sistema de acuerdo con las metas nacionales. El

control del funcionamiento de un sistema informativo es una característica universal de todas las sociedades, independientemente del sistema político-económico o la filosofía rectora. Se encuentra en las sociedades libres, totalitarias, desarrolladas y subdesarrolladas. Es simplemente un aspecto de los controles sociales generales que reflejan las orientaciones de los valores culturales prevalecientes en una sociedad. Todas las sociedades tienen leyes y normas para protegerse de la producción y distribución de información que infringe el orden moral y público, la seguridad del Estado y las instituciones sociales nacionales.

Nuevamente, el criterio básico para el control es la autonomía nacional, así como el respeto por las culturas de las minorías y el derecho del individuo de ser informado y de informar.

Los mecanismos de control pueden ser tanto internos como externos Las normas internacionales determinan el cumplimiento de las funciones definidas para el sistema informativo. Las normas externas abarcan una variedad de acuerdos internacionales que afectan el sistema informativo nacional, tales como las tarifas de telecomunicaciones y las asignaciones de frecuencias. Se encuentra una combinación de normas internas y externas cuando se espera que las normas del sistema nacional también sean válidas para el sistema internacional. En México, desde comienzos de 1978, el flujo internacional de información está sujeto a todas las leyes nacionales que norman el flujo doméstico de información.

Los reglamentos y los mecanismos de sanción pueden ser impuestos por los responsables directos de los procesos informativos; por ejemplo, a través de códigos profesionales de periodismo y consejos de la prensa. Otra posibilidad es que el Estado legisle normas y verifique su implementación. Por último, el público mismo se puede organizar en cooperativas de consumidores y ponerse en acción.

En el debate internacional está de moda criticar a los países del Tercer Mundo por tener controles excesivos que violan el derecho de saber y de informar. Sería justo añadir que los propios países industrializados no han encontrado soluciones satisfactorias a este problema. Los profesionales del campo de la información utilizan con demasiada frecuencia la libertad de información sin suficiente responsabilidad. La influencia del Estado es a menudo indirecta y ambigua. Las acciones críticas de los consumidores en el campo de la información son débiles o se ven fácilmente frustradas por intereses políticos o económicos poderosos.

Una vez más, para los países del Tercer Mundo lo crucial será determinar qué normas y sanciones son las adecuadas desde la perspectiva de sus propias prioridades y objetivos. Es fundamental que el sistema informativo nacional cumpla con sus funciones conforme a lo definido. Una sociedad tiene que poder juzgar y corregir esto, y la oportunidad de participar en ello debe abrirse a todos los grupos sociales afectados.

Los controles también deben ser aplicables a los extranjeros que participen en el sistema informativo nacional. Se les debe exigir que no interfieran con el proceso de desarrollo nacional.[31] También inherente al derecho de una nación a su autonomía cultural es el derecho de esperar que se respeten las normas que ella elabore para lograr dicha autonomía.

Un Estado soberano también debe elaborar normas que reglamenten la circulación internacional de la información.[32] Es necesario elaborar códigos de conducta que normen las actividades tanto de los gobiernos como de las empresas privadas.

En las próximas dos décadas una planificación más detallada y cuidadosa de los sistemas informativos nacionales podría bien ser tan medular en las estrategias de desarrollo de la mayoría de los países como lo es actualmente la planificación económica. La tesis de este trabajo es que una política de información que guíe dicha planificación debe

elaborarse en torno a una disociación cultural. De lo contrario, la tendencia mundial hacia una sincronización cultural amenazará cada vez más la autonomía cultural.

Ahora examinaremos las principales consideraciones para la aplicación de una política de disociación en el caso de una de las innovaciones más importantes en lo relativo a la información computarizada: la informática.

La informática como estudio de caso de una política informativa nacional

En la sección anterior se presentó un modelo general para una política informativa nacional. Se sugirieron lineamientos amplios en cuatro dimensiones: función, inventario de recursos, contenido y control. El criterio básico es el de lograr y mantener una autonomía cultural a través de una estrategia de disociación cultural. Por debajo de esta estrategia de disociación cultural está la necesidad de una disociación económica paralela. Esto refleja la relación estrecha que han percibido las discusiones internacionales entre el nuevo orden informativo internacional y el nuevo orden económico internacional.

Sin embargo, todo esto se ha presentado a un nivel relativamente abstracto. Su implementación en circunstancias concretas variará mucho según las diferentes sociedades y las diferentes etapas de desarrollo social y económico. No se puede proporcionar un plan que sea universalmente válido.

No obstante, sí es posible señalar los aspectos concretos que un país del Tercer Mundo afronta al formular una política informativa nacional. La comunicación computarizada, o informática, ofrece un buen estudio de caso por una serie de motivos:

- En las relaciones internacionales actuales, la comunicación computarizada desempeña un papel importante en la sincronización cultural y presenta una grave amenaza a la soberanía nacional.[33]
- Los países del Tercer Mundo confrontan actualmente posibilidades muy atractivas de integración en la red computarizada internacional. El gobierno de Carter, por ejemplo, estudió un plan para que los países del Tercer Mundo tuvieran acceso a los bancos de datos estadounidenses. Los costos de los canales y terminales de telecomunicaciones correrían por cuenta de Estados Unidos.[34]
- Las capacidades de la computadora avanzada, especialmente a través de la microelectrónica, prometen contribuciones impresionantes a los procesos de desarrollo.
- Las computadoras tienen múltiples aplicaciones, lo cual hace que sea posible una política selectiva. En la India, por ejemplo, la computadora se usa como "suplementaria al personal" cuando no hay suficiente personal disponible. En los sectores en que hay abundante mano de obra, como en el sector bancario, no se usa equipo electrónico (no hay, por ejemplo, banca en línea).
- La computadora se puede utilizar muy eficientemente en un sistema sumamente centralizado. Sin embargo, también se puede adaptar a las características personales y culturales (velocidad de aprendizaje o idioma, por ejemplo) y, por tanto, facilitar la participación de muchas personas en los procedimientos de toma de decisión.
- La industria de la computación está integrada por diversos sectores, tales como el diseño y la fabricación de los equipos, mantenimiento y desarrollo, aplicación de los usos del equipo y diseño de sistemas y programas. Esto también abre la posibilidad de una política selectiva.
- El caso de la computadora demuestra que un desarrollo autosuficiente no implica necesariamente que sólo haya un interés por las técnicas autóctonas a pequeña escala.
- La computadora ejecuta muchas funciones a alta velocidad, lo cual plantea una pregunta pertinente en cuanto a los valores culturales: ¿Cuánta importancia tiene la velocidad?

Tomar las comunicaciones computarizadas (informática) como estudio de caso de la política informativa nacional es particularmente pertinente, ya que es un área nueva y vulnerable del flujo de información. La dialéctica, entre las estructuras económicas e informativas internacionales en el campo de la informática, merece especial atención.

Hasta hace poco se ha tratado a la informática y a la información como entidades separadas. Las innovaciones tecnológicas, sin embargo, han vuelto obsoleta esta separación. En general, la información y la informática se cruzan en el punto en el que la informática ofrece cada vez más servicios de apoyo en las salas de correo de los periódicos. De manera más específica, estos campos se relacionan en una serie de aplicaciones de la informática en los medios, como se desprende del cuadro que aparece más adelante.

El vínculo entre información e informática tiene muchas implicaciones importantes:

- La información se vuelve fuertemente personalizada ("atomización del consumo de la información"), debido a una creciente miniaturización.
- Los medios de diseminación de información se convierten en sistemas de recuperación de información.
- Las computadoras se convierten en medios de información/comunicación.

El elemento crucial en el proceso de integración es la digitalización prevista de todo tipo de información, lo cual volverá obsoleta la distinción entre los flujos de datos y los flujos de información. Los datos computarizados y la información periodística se transmitirán por igual entre fronteras en forma digital.

Aplicaciones de la informática en los medios

Información	Informática
Periódicos	Procesamiento y composición de textos Composición tipográfica
Revistas	Edición en línea
Televisión	Vídeo generado por computadora Visualización de datos
Cine	Gráficos generados por computadora
Radio y televisión	Transmisiones por satélite guiadas por computadora
Publicaciones educativas	Paquetes de instrucciones asistidas por computadora
Teléfono	Reconocimiento de voz computarizada
Telégrafo	Redes de datos

El cambio de analógico a digital tendrá consecuencias de largo alcance para la capacidad de almacenamiento y la velocidad de transmisión de la información, así como para el acceso a ella y su manipulación.

Si las innovaciones actuales continúan, el vínculo informática-información puede bien convertirse en el bastión vital para consolidar el poder del orden internacional actual. Esto se podría dar particularmente en una aplicación denominada a veces "telemática", que vincula la tecnología avanzada de las telecomunicaciones al procesamiento electrónico de datos. Ha facilitado enormemente el desarrollo de sistemas de comunicación computarizada a través de fronteras. Estos sistemas llevan volúmenes crecientes de información a través de las fronteras nacionales: registros médicos, de empleo, penales y de crédito de los ciudadanos privados; información de crédito de empresas comerciales; e, información acerca de las situaciones económicas nacionales. De hecho, estos flujos de datos transnacionales se han convertido en la columna vertebral de la banca y de los negocios internacionales.

Un pequeño número de empresas de electrónica estadounidenses que tienen acceso a la tecnología que permite reunir, procesar, transmitir y

almacenar enormes cantidades de datos, controla casi exclusivamente este sistema de comunicaciones computarizadas. Para muchos países del Tercer Mundo eso significa que una base importante sobre la cual fundar la toma de decisiones nacionales está ahora situada extraterritorialmente en alguna empresa privada.

Un elemento espectacular de este campo es la fotodetección a distancia por satélites. Los satélites "que espían desde el cielo" pueden utilizar sensores para explorar la superficie de un país y así «impedir el ejercicio de la soberanía de un estado sobre sus recursos naturales».[35]

Sistemas de computación procesan los datos extraídos de estas exploraciones por satélite y los almacenan en bancos de datos, todos controlados por las principales empresas transnacionales occidentales. Tal como declaró Louis Joinet del Ministerio de Justicia de Francia en una ponencia a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE):

> «La información es poder, y la información económica es poder económico. La información tiene valor económico y la capacidad de almacenar y procesar ciertos tipos de datos podría bien darle a un país una ventaja política y tecnológica frente a otros países. Esto, a su vez, podría llevar a una pérdida de la soberanía nacional a través de flujos de datos supranacionales».[36]

Los países dependientes encontrarán que, aunque avancen sustantivamente en cuanto a corregir la desigualdad en el intercambio internacional de noticias, si no adquieren autosuficiencia y control soberano en el campo de la informática, la igualdad y la independencia seguirán siendo frases diplomáticas vacías.

Es esencial que se incluya la información en los programas de investigación y acción relacionados con un nuevo orden internacional. El caso de la informática es una ilustración importante tanto de la necesidad cuanto de la factibilidad de un nuevo orden internacional.

La necesidad queda demostrada por el hecho de que la informática en su forma actual constituye un componente infraestructural básico del orden económico e informativo internacional. La industria de la informática es una de las más grandes del mundo y está controlada por completo por unas cuantas empresas situadas en el corazón de las naciones industrializadas occidentales. Orientadas hacia las necesidades de estas naciones, coloca a los países dependientes y en vías de desarrollo en una desventaja económica e informativa considerable.

La informática plantea la factibilidad de un nuevo orden en la medida en que representa simultáneamente el poder y la vulnerabilidad de los países que la controlan. La comunidad de negocios del mundo industrializado se ha vuelto cada vez más dependiente de la telemática, tanto en sus flujos de información cuanto en su rendimiento económico. Los países del Tercer Mundo, además de ser importantes mercados de la informática en la próxima década, podrían afectar gravemente la economía del mundo industrializado, si restringieran los flujos transfronterizos de datos, gravaran impuestos sobre estos flujos o "naturalizaran" las instalaciones informáticas.

Estas observaciones sugieren una serie de preguntas que un país del Tercer Mundo debe hacerse al diseñar una política informativa nacional:

- ¿Cómo contribuye la informática al funcionamiento de un sistema informativo? ¿Propiciará la desintegración nacional? ¿Introducirá técnicas, símbolos y patrones sociales inadecuados? ¿Los efectos perjudiciales a largo plazo serán mayores que los beneficios potenciales a corto plazo?
- ¿Cómo se relacionará la informática con los recursos? ¿Se la importará? ¿Pondrá en riesgo la autosuficiencia nacional? ¿Pueden las inversiones alinearse con las prioridades y necesidades globales de desarrollo? ¿Qué implica en cuanto a la asignación actual de recursos humanos y financieros?
- ¿Cómo se estructurará la informática? ¿Se puede organizar una estructura de producción *nacional*? ¿Contribuirá esto a un desarrollo autosuficiente? ¿Conducirá el fortalecimiento de las instalaciones informáticas nacionales a una mejora de las posiciones de negociación internacionales?
- ¿Cómo se controlará la informática? ¿Se puede regular la importación y exportación de datos computarizados? ¿Se pueden gravar impuestos sobre los flujos de datos?

Estas preguntas sugieren que el diseño de una política nacional para el campo de la informática se debe concentrar en los elementos siguientes:

- Ya que la tecnología de la información a menudo se introduce sin especificar los objetivos que se pretenden de ella, una prioridad sería una definición precisa de las necesidades de información de un país.
- Las tecnologías que se ofrecen actualmente a los países del Tercer Mundo deben estudiarse a fondo y hay que comprobar si concuerdan con los objetivos de desarrollo declarados y las necesidades de información.
- Ya que quienes formulan las políticas de información se han concentrado sólo en la obtención de *hardware*, se debe realizar un análisis y una proyección cuidadosos acerca del impacto secundario de la tecnología de la información en cuanto a la distribución de los beneficios políticos, económicos y culturales.
- Se debe evaluar el contexto institucional en el que se aplica la tecnología. Se deberá estudiar si las condiciones infraestructurales actuales son suficientemente sólidas como para monitorear y controlar las aplicaciones.
- Se debe realizar una evaluación cuidadosa de los recursos físicos y humanos para determinar cuáles son los recursos que se pueden desarrollar independientemente, cuáles se pueden movilizar colectivamente a través de una cooperación regional y cuáles se deben importar de los países desarrollados con un mínimo de dependencia externa.

Tal como se ha subrayado, la desvinculación o disociación, aunque medular, es sólo una cara de la moneda en la formulación de políticas y la planificación nacional de la información. Tiene que estar complementada por la consolidación de un nuevo patrón de vínculos regionales horizontales entre los países en vías de desarrollo.

Notas

1 *Development Dialogue*, Vol. 2. (1976). Suecia, Uppsala.

2 Tinbergen, Jan y otros (1976). *Reshaping the International Order*. New York, Dutton.

3 Becker, Jörg (ed.) (1979). *Free Flow of Information*. Frankfurt, Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publiczistik.

4 Inter Press Service Newsletter, enero 1979.

5 Comentario editorial en *Development Dialogue*. Ob. cit.

6 Tinbergen y otros. Ob. cit.

7 Íd.

8 Curtin, R. D. (1963). *The Image of África*. Madison, Wisconsin, University of Wisconsin Press.

9 La Asociación de la Industria de la Información, que representa a las principales industrias de la información de Estados Unidos, define la información como un "recurso" en su informe al Presidente Carter del 15 de julio de 1977: «[La información] es la materia prima del conocimiento [...] desempeña un papel medular en el mercado como producto». Bethesda, Maryland, Information Industry Association.

10 La documentación de estos principios se ha derivado de: *Declaración de Cocoyoc*, octubre 1975, México; Naciones Unidas, Asamblea General, 6ª Sesión Especial, mayo 1974, *Declaración y Acción—Programa sobre el Establecimiento de un Nuevo Orden Económico Internacional*, Resoluciones 3201

y 3202; Naciones Unidas, Asamblea General, diciembre 1974, *Carta de Derechos y Deberes Económicos de los Estados, Resolución 3281; Declaración de Dakar y Programa de Acción de la Conferencia de los Países en Vías de Desarrollo sobre las Materias Primas*, 1975. Estos documentos se pueden encontrar en Erb, G. F. y Kalb, V. (eds.) (1975). *Beyond Dependency*. New York, Praeger.

11 Weltwirtschaftsordnung und Entwicklungspolitik (1977). Frankfurt: Surhkamp.

12 Íd.

13 Íd.

14 Sauvant, Karl P. y Hasenpflug, H. (eds.) (1977). *The New International Economic Order*. Frankfurt, Campus Verlag.

15 Fanon, Frantz (1967). *The Wretched of the Earth*. Baltimore, Maryland, Penguin.

16 Gotlieb, A. y otros (1974). "The Transborder. Transfer of Information by Communications and Computer Systems" en *The American Journal of International Law*, Vol. 68, Nº 1.

17 Sommerlad, E. Lloyd (1975) *National Communication Systems*. París, UNESCO; Lee, John A. R. (1976) *Towards Realistic Communication Policies*. Paris, UNESCO; Salinas, Raquel (1978) *Communication Policies: The Case of Latin America*. Estocolmo, Institute of Latin American Studies.

18 MacBride, Sean y otros (1980). *Voces múltiples, un solo mundo: comunicación y sociedad hoy y mañana*. Paris, UNESCO.

19 Íd.

20 «El fetichismo de los productos del mercado radica en su valor de prestigio, en su habilidad como "signos" de atraer respeto, autoridad, deferencia». Digging, John P. (1977) "Reification and the Cultural Hegemony of Capitalism" en *Social Research*, Vol. 44, Nº 2.

21 Freire, Paulo (1972). *Cultural Action for Freedom*. Baltimore, Maryland, Penguin.

22 El concepto de necesidades básicas puede usarse como instrumento paternalista en las negociaciones norte-sur cuando el norte define cuáles son en nombre del sur. También se puede concentrar exclusivamente en situaciones nacionales a fin de evitar cambios estructurales en el orden internacional. El término "necesidades básicas" en este estudio se usa como concepto estratégico para el proceso de desarrollo, en el las necesidades son definidas ante todo y en forma autónoma por las propias personas afectadas; y el orden internacional está estructurado de manera tal que esto sea posible.

23 Fanon, Frantz (1970). *A Dying Colonialism*. Baltimore, Maryland, Penguin.

24 Centre for Development of Instructional Technology (CENDIT) en Nueva Delhi.

25 Hamelink,Cees J. (ed.) (1976). *Communication Research in the Third World*. Geneva, Lutheran World Federation; Elliott, Phillip y Golding, Peter (1974). "Mass Communication and Social Change: The Imagery of Development and the Development of Imagery" en Kart, E. de y Williams, G. (eds.). *Sociology and Development*. London, Tavistock.

26 *Decreto para el Fomento de las Empresas Nigerianas*. Lagos, Nigeria, Editorial del gobierno, 13 de enero 1977.

27 Hamelink, Cees J. (1976). "An Alternative to News" en *Journal of Communication*, Vol. 26, Nº 4.

28 Freire, Paulo. *Cultural Action for Freedom*. Ob. cit.

29 Íd.

30 Lappe, Frances M. y Collins, J. (1977). *Food First*. Boston, Houghton Mifflin.

31 Recuérdese el papel de los medios extranjeros en Chile durante el gobierno de Allende. NACLA, Latin America Report, 1974, Vol. 8, Nº 6; Schiller, Herbert I. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York, International Arts and Sciences Press.

32 Estas normas han sido aceptadas por los Estados firmantes del Acta Final de la Conferencia sobre la Seguridad y la Cooperación en Europa, celebrada en Helsinki en 1975.

33 Nanus, Butt (1973). *The Social Implication of the Use of Computers Across National Boundaries*. New Jersey, American Federation of Information Processing Societies.

34 "Global Net May Serve Third World" en *Computerworld*, 26 de junio de 1978.

35 Resolución de la ONU 626, VII.

36 Presentado en el Simposio de la OCDE sobre Flujos de Datos Transfronterizos y la Protección de la Privacidad, Viena, octubre de 1977.

Hamelink, Cees J. (1984). *Cultural Autonomy in Global Communications: Planning National Information Policy*. New York and London, Longman. Reproducción autorizada por el autor.

1984

¿Cuál es el papel del agente externo?

Extracto de *Planificación de la comunicación en proyectos participativos*

Luis Gonzaga Motta

Deficientemente preparado para desempeñar sus nuevas funciones, el comunicador y el educador popular acaban recurriendo a sus tradicionales métodos conductistas y repiten errores metodológicos que anulan las buenas intenciones. Otras veces, pierden completamente sus referencias profesionales, quedándose en un vacío metodológico. La consecuencia más común es la ambigüedad profesional, ética y personal, que solo dificultan la práctica del agente. Cuando las escuelas introduzcan en sus programas la capacitación en comunicación y en educación popular, los problemas podrán ser sensiblemente menores. Sin embargo, en cuestiones de trabajo con grupos populares, solamente la práctica podrá enseñar los caminos más adecuados. Más allá de la capacitación profesional, el trabajo de comunicación y educación popular es, y será siempre, una actividad contradictoria y conflictiva de relaciones entre actores distintos. El ensayo y error, la experiencia vivida por cada uno, son elementos importantes de un aprendizaje necesariamente difícil y lento.

No obstante, algunos programas recientes han acumulado ciertos conocimientos de los que debemos apropiarnos. Evidentemente, la apropiación de estos conocimientos y su aplicación en otras situaciones no garantiza el éxito del trabajo. La experimentación y la confrontación deben ser hechas por cada uno en cada situación, con cuidado y habilidad. Además advertimos, desde luego, que los puntos que vamos a enumerar no son nuevos ni pueden ser asumidos como reglas para el trabajo. En el trabajo con grupos populares, la única regla es la de que no hay reglas. Aquí simplemente enumeramos siete puntos para discusión y confrontación. Quizás ellos puedan, por lo menos en parte, disminuir las ambigüedades metodológicas. Se trata más bien de precondiciones para la planificación participativa.

1. *Trabajar con y a partir de los conocimientos profesionales.* Una primera y fuerte ambigüedad se deriva del hecho de que, para igualarse a los grupos populares y tener con ellos una relación de diálogo, el agente externo pasó a despreciar sus conocimientos técnicos, hablar como un campesino, vestirse como un obrero. Nada más falso. El agente externo no debe "tener vergüenza" de sus conocimientos técnicos profesionales. Ni tampoco preocuparse demasiado con su "influencia técnico-profesional" sobre las gentes. La relación entre el agente y los grupos populares será siempre una relación entre diferentes. Cada uno de ellos tiene una historia de vida y una experiencia distinta, que no se puede ocultar ni borrar con palabras o apariencias. Por eso, sus papeles son diferentes. Además, los conocimientos profesionales son útiles y son necesarios. No hay "igualdad" en estos términos. Es decir, para lograr una comunicación de diálogo con los grupos populares, no es necesario ni recomendable "esconder" el estatus de clase ni la condición profesional. Establecer una relación de diálogo no es caricaturar el proceso, es llegar a una relación de confianza mutua, contribuyendo, cada uno, al crecimiento del otro.
2. *Hacer de las contradicciones un factor pedagógico.* Este punto se deriva de la cuestión anterior. Si la relación entre el agente y los grupos populares es una relación entre diferentes, lo mejor es explicitar, sin exageración, los diferentes papeles de cada uno desde el principio y hacer de este hecho un componente del proceso pedagógico. Es decir, el agente debe dejar claro qué tipo de contribución quiere o puede dar. Y cuáles son los límites de esta contribución. Debe desmitificar, sin destruir ni abandonar, los conocimientos técnico-profesionales y ayudar a la población a entender el valor del conocimiento popular, sin exagerarlo. Si el grupo con el cual se va a trabajar entiende claramente su propio papel y el del agente y asimila las diferencias en el trabajo común, menores serán las ambigüedades y más fáciles las tareas a ejecutar.
3. *Trabajar con los movimientos sociales.* Son las necesidades concretas del hombre pobre (el hambre, la vivienda, las enfermedades y otras carencias humanas, el desempleo, el bajo sueldo, etc.) y la correlación de fuerzas políticas (grado de organización y movilización, grado de represión, etc.) las que condicionan las prácticas de vida de los grupos populares, independientemente de cualquier acción externa. Es decir, las clases populares crean y recrean cotidianamente sus vidas y sus prácticas sociales. El estado de organización social de estos grupos varía en cada caso. En algunos, la situación social puede encontrarse en un momento todavía primario, de autodefensa y autoconservación. En otros, los grupos

pueden estar más organizados. En cualquier situación estas acciones tienen una funcionalidad existencial para estos grupos, reflejan necesidades concretas, indican prioridades y grados de motivación que las personas tienen para involucrarse en acciones. Cabe entonces a los agentes identificarse con estas necesidades y trabajar con ellas, ofreciendo su apoyo técnico, logístico, económico, legal y político a los movimientos sociales, contribuyendo a su dinamización. Así, su trabajo será ciertamente más productivo y menos ambiguo. No cabe crear nuevos movimientos ni necesidades artificiales.

4. *Trabajar siempre con grupos ya existentes.* El trabajo de comunicación y de educación popular no puede ser desarrollado a través de acciones con individuos aislados. Al revés, el método de trabajo debe ser colectivo, debe introducir necesidades de reunión de personas en torno a objetivos comunes, debe estimular el debate y la participación. Por eso, es importante trabajar con grupos pero no con cualquier grupo, más bien con los grupos ya existentes. Si existen grupos formales organizados y activos, mejor trabajar con ellos. Si no existen, con los informales, que existen en cualquier situación social. Proponer, desde el principio del trabajo, la creación de grupos nuevos en torno a cuestiones artificialmente creadas por agentes es introducir situaciones ajenas a las comunidades. Eso sólo dificultará el trabajo.
5. *Trabajar con beneficios-medios teniendo en cuenta la acción pedagógica.* Todo trabajo educativo debe realizase en función de la obtención de algún beneficio concreto para el grupo. Este beneficio —mejor productividad agrícola, mejores transportes o mejores viviendas, más salud, mejores salarios, etc.— es lo que motiva a las personas a participar. Sin embargo, estos beneficios son solo medios a través de los cuales se desarrolla la acción educativa que es la finalidad principal. No se debe caer en la trampa del inmediatismo que crea solo relaciones de trueque e intercambio de intereses. En estos casos, se participa únicamente para obtener recompensas. La retribución es sin duda importante pero la acción pedagógica sobrepasa las conquistas materiales inmediatas, teniendo un carácter formador y político mucho más amplio y permanente.
6. *Trabajar con la vida cotidiana de las clases populares.* Los beneficios-medios de la acción pedagógica deben estar relacionados con lo cotidiano de los grupos populares y traducir necesidades muy concretas, tales como el desempleo, el trabajo, el salario, el seguro social, el costo de la vida, la vivienda y el transporte urbano, posesión de la tierra donde se vive o se trabaja, la educación, la alimentación, la salud, etc. La resolución de estas necesidades tiene muchas más posibilidades de motivar a las personas porque ellas necesitan de estos beneficios, se preocupan directamente por ellos. Estos problemas son, por lo general, comunes y solamente pueden ser resueltos a través de la acción de todos. Para el agente, eso significa que él debe identificarse y vincularse con las luchas populares, apoyándolas. El agente no debe limitarse a proponer, como ocurre muchas veces, la simple adhesión del grupo a sus deseos o a sus propios principios políticos, asumiendo un papel de vanguardia política.
7. *Trabajar sin prisa.* Las dificultades y los obstáculos estructurales, institucionales, profesionales y personales en el trabajo con grupos populares son muy grandes. Hay una cantidad de factores inhibidores: el tiempo disponible, las creencias y valores individuales, las resistencias institucionales y personales, las fuerzas represivas, la carencia de recursos, etc. La eliminación de estos obstáculos escapa a las posibilidades del agente, en la mayoría de las veces. Todo eso dificulta mucho el logro de los beneficios y el desarrollo del proceso educativo, implicando atrasos y dispersión. El agente debe considerar y evaluar desde el principio todas estas cuestiones y entender que ellas influirán en el ritmo de su trabajo y en la respuesta de los grupos. Hay que tener mucha paciencia y perseverancia. No vale la pena intentar resolver todo de una sola vez. Eso significaría tan solo que el agente está adelantándose al grupo, intentando resolver él mismo las cuestiones que deben ser decididas y ejecutadas colectivamente. No se puede olvidar nunca de la acción pedagógica. Además de las fuerzas externas, los avances y retrocesos de los movimientos populares van a ser establecidos también por la dinámica de los grupos, por sus motivaciones, por el grado de organización, por el tiempo y los recursos disponibles.

Además de estos siete puntos sobre la acción individual del agente, precondiciones de la planificación participativa, es importante definir clara y honestamente los objetivos y los métodos de trabajo de la institución de apoyo, discutirlos con los grupos con los cuales se pretende trabajar, para especificar qué apoyo les es necesario. El poder de decisión debe ser transferido al colectivo comunitario. Él debe definir los problemas, identificar prioridades, formular objetivos, alternativas, precisar los medios para lograrlos y decidir sobre el tipo y el grado de apoyo que necesita. Señalado el apoyo, la agencia externa debe transformase en una entidad de soporte y de estimulación del trabajo. Un cierto grado de orientación puede ser inevitable, en algunos momentos. Sería ingenuo suponer abstención total. Pero la conducción debe ser reducida a lo mínimo o anulada, siempre que sea posible.

De hecho, el agente externo representante de una institución (animador o trabajador social, educadores, planificadores, etc.) deberá siempre intervenir y contribuir para decisiones más inteligentes. Sin embargo, la palabra final debe caber siempre en el grupo comunitario, aun cuando al parecer del técnico, la decisión no suene muy racional. El agente externo, técnicamente más informado, podrá muchas veces inducir al grupo. No obstante, en la medida en que se otorgue más poder a este último, las opiniones individuales, incluyendo la del técnico, se ajustarán a él. Además, cuando la comunidad es realmente la que identifica sus problemas, define lo que quiere y selecciona las alternativas, tiende a asumir colectivamente el compromiso de lograr los objetivos y a depender menos de orientaciones y ayudas externas.

La planificación participativa es, así, una actividad educativa y productiva al mismo tiempo. Durante el proceso hay una práctica activa de aprendizaje cognoscitivo mientras se trabaja, simultáneamente, para el logro de fines colectivamente establecidos. Por un lado, la planificación participativa implica una toma de conciencia sobre los problemas comunitarios, un aprendizaje sobre los beneficios de la mutua ayuda y la solidaridad, una comprensión de la fuerza política y productiva del grupo y división de responsabilidad entre todos. El proceso (que es en sí mismo un fin) está orientado hacia el logro de productos o de servicios que, si se consiguen, van a reforzar la creencia en el trabajo colectivo. Aun cuando se logren parcialmente los fines, el ejercicio de crear colectivamente un modelo deseado transforma a los hombres en sujetos de su historia, en la búsqueda de una sociedad más justa y democrática.

Gonzaga Motta, Luis (1984). *Planificación de la comunicación en proyectos participativos.* Manuales didácticos de CIESPAL Nº 8, Capítulo X. Quito, Ecuador. Reproducción autorizada por el autor.

Organización comunitaria y participación popular

Karina C. David

Al igual que la tan abusada palabra "desarrollo", los términos "participación popular" y "organización comunitaria" hoy en día ya no inspiran ni gozan de confianza fácil y automática. Ahora, más que nunca, su significado reside en el contexto en el que se usan en la práctica y, de hecho, en la identidad de sus usuarios. La organización comunitaria, en particular, ha sido efectivamente descontextualizada y alejada de sus raíces originales. Consecuentemente, ha resurgido como una mera técnica ideológicamente neutra que puede ser puesta al servicio de cualquier causa.

Este fenómeno —la apropiación de los conceptos y metodologías radicales y populistas y el abandono de sus premisas de valor originales a medida que planificadores, tecnócratas y expertos en desarrollo los aprovechan para sus propios fines— se ha convertido en una característica notable de las políticas de desarrollo del Tercer Mundo. El antiguo vocabulario de la planificación paternalista de las entidades gubernamentales y las instituciones de ayuda se ha remozado y enriquecido mediante una apropiación astuta del lenguaje progresista. Pero lo que es más importante aún es que el proceso mismo de subyugación y pacificación política ya no necesita ser visto por lo que es. Hoy, comunidades enteras pueden ser conducidas al cautiverio bajo la bandera de la participación popular.

Las actuales campañas de movilización lanzadas por los gobiernos autoritarios del Tercer Mundo pocas veces están patrocinadas por burócratas fríos e inconscientes. Los gobiernos desarrollistas han aprendido bien la lección. Ahora se encuentran entre los clientes más ávidos de los expertos en organización comunitaria. Ellos también hablan el idioma de la participación y de la dirigencia popular, pero sólo en la medida en que las realidades que se afrontan no pasen del nivel comunitario local. La situación ha llegado al punto que bien sería correcto hablar de la "absorción" de la participación popular o de su incorporación represiva en la maquinaria de la dominación.

Los significados iniciales de las palabras

Dado ese contexto, se ha vuelto urgente restablecer los significados iniciales de estos términos tal como se entienden en los contextos populares no gubernamentales. Tal vez la forma más fácil de hacerlo sería evaluar los supuestos tácitos que subyacen tras estos términos. En el curso de este proceso, habría que generar una mayor reflexión sobre los nuevos conceptos y métodos del arsenal conceptual de la auténtica organización popular.

Aunque muchos grupos y personas alegan ser organizadores comunitarios, resulta evidente que, fuera del hecho de trabajar en un contexto comunitario, no hay ninguna continuidad reconocible en sus actividades como para pensar que apuntan hácia un marco holístico y común que las apoye. Analíticamente, a partir de su perspectiva de la sociedad y sus repercusiones concomitantes en la práctica, es posible distinguir tres tipos de organizadores comunitarios: los apologistas, los liberales y los liberadores.

Organizadores comunitarios apologistas

El organizador comunitario apologista acepta la viabilidad fundamental del sistema imperante. Para él, el orden social se basa en el consenso y la cooperación, y los diversos sectores de la sociedad se relacionan mediante la reciprocidad y la interdependencia. El Estado representa la voluntad del pueblo, es generalmente receptivo y promueve el bien común. Esta perspectiva considera que la diferenciación económica e incluso la desigualdad son necesidades sociales que se deben encauzar para poder lograr el desarrollo. Puesto que el Estado representa al pueblo, entonces la dirección del desarrollo está trazada claramente y lo que queda es convencer a la gente de que participe con entusiasmo en sus iniciativas.

Fortalecimiento del sistema

En el marco de esta perspectiva, el papel del organizador comunitario se limita al de trabajar para fortalecer el sistema. El organizador, entonces, es una herramienta para llevar a cabo los planes de los dirigentes locales y nacionales. Como tal, hace de intermediario entre las políticas nacionales y su implementación por parte del pueblo. Puesto que acepta dichas políticas y acometidas sin cuestionamiento, el organizador se convierte en el conducto que posee algunas habilidades para asegurar que el pueblo las acepte. En función de esta perspectiva, sólo puede tener una visión condescendiente de las masas. Por lo tanto, fácilmente se vuelve preceptivo e incluso dictatorial, y refleja las mismas actitudes autoritarias que las de quienes llevan las riendas del poder político. En este contexto, la organización se emprende principalmente para cambiar las actitudes de la gente con el fin de que acepte voluntariamente los planes de las autoridades, quienes han determinado previamente cuáles son sus necesidades, sea cual fuere el sacrificio que se les exige. Por lo tanto, la idea central de los organizadores apologistas es legitimar el sistema mediante la prestación de los servicios que el Estado determine. Con mucha frecuencia, los organizadores de este tipo se limitan a dispensar subsidios y a alentar que la participación se circunscriba a la implementación de programas ya listos, cultivando así una obediencia incondicional al Estado o a sus representantes locales.

Antiparticipativo en última instancia

Los organizadores comunitarios apologistas —el agente de planificación familiar cuya función básica es la de cumplir con su cuota de adherentes, el trabajador de extensión cuya intervención se limita a decirle a las personas lo que deben hacer, los demás burócratas del Estado— sólo pueden ser tecnofascistas que, consciente o inconscientemente, niegan el derecho de participación a las personas. Por desgracia, debido a las estructuras que dichos Estados perpetúan, la organización comunitaria, o lo que se disfraza como tal, es antiparticipativa en última instancia.

Se debe señalar que en los últimos años, esta apropiación siniestra de las técnicas de la organización comunitaria ha acaparado gran parte de los presupuestos de la mayoría de los ministerios de gobierno.

Organizadores comunitarios liberales

El organizador comunitario liberal, por otro lado, ve la necesidad de cambiar ciertos aspectos del sistema. Reconoce el papel que el conflicto y la explotación desempeñan en la sociedad. El organizador liberal acepta la viabilidad esencial del sistema, pero ve claramente que existen ciertas aberraciones sistémicas, que muy a menudo atribuye a tres áreas básicas: el hecho de que los dirigentes tanto a nivel local como nacional no responden a las necesidades de la mayoría; el hecho de que las desigualdades sociales y la explotación son demasiado graves; y, el hecho de que la gente no está suficientemente organizada para actuar como una fuerza de equilibrio. Por lo tanto, el organizador liberal queda atrapado dentro de los límites de la estructura vigente, pero aspira a resolver problemas que, en realidad, son de origen estructural.

Reformistas esperanzados

Debido a esta perspectiva —por la que se dan cuenta de las manifestaciones pero se rehúsan a reconocer las causas estructurales— los organizadores comunitarios liberales se debaten entre la influencia de los apologistas y la atracción de los organizadores más radicales. En última instancia, terminan poniéndole remiendos al sistema e instituyendo mejoras estructurales sin confrontar las verdaderas raíces de los problemas. En un sentido muy real, estos organizadores son reformistas que albergan la vana esperanza de que una ciudadanía alerta pueda superar problemas que el organizador se niega a reconocer como fundamentalmente estructurales. El organizador liberal, por ende, ve el proceso de organización como un fin en sí mismo, mediante el cual es posible lograr algunas mejoras estructurales, reducir la desigualdad y que los dirigentes sean más receptivos, porque el pueblo se ha organizado.

Pero este concepto de la organización implica un planteamiento particular. Puesto que el objetivo principal es desarrollar las condiciones necesarias para que pueda surgir el poder popular, en gran medida el acento se pone en la localidad y los problemas que los pobladores de la zona confrontan directamente. Aparte de ser localista, el organizador apuesta excesivamente por el pueblo. Toda vez que la visión del organizador se limita a un ideal romántico de comunidades militantes que pueden oponerse a las fuerzas poderosas que las amenazan —aun cuando éstas no han sido analizadas desde una perspectiva holística—, el organizador confronta los problemas uno por uno, con la esperanza de que llegará el día en que ya no habrá problemas que confrontar. Pese a saber que muchos de estos problemas son generados por condiciones que rebasan los confines de la comunidad, el organizador no alcanza a hacer ninguna intervención que vincule los problemas comunitarios con la problemática social, económica y política global.

Actividades centradas en los procesos

A falta de una visión en la cual anclar el cambio, el organizador no es sino un seguidor de las percepciones limitadas del pueblo. Como tal, a menudo se circunscribe a actividades centradas en las tácticas

o los procesos dirigidos, por lo general, a obtener beneficios a favor de la comunidad. Los organizadores liberales promueven la participación entre los pobladores hasta un nivel que les permite afrontar problemas cuyas raíces se encuentran más allá de la comunidad.

La respuesta habitual de dichos organizadores a la pregunta sobre el rumbo de las actividades suele ser que el pueblo lo sabe. La comunidad inicialmente aprecia la llegada de los organizadores liberales, pero a la larga se pregunta a dónde conducen todas las actividades.

Organizadores comunitarios liberadores

El organizador liberador considera que la sociedad tiene un sistema tramado alrededor de la explotación de la mayoría. Por ende, la actual dirigencia no puede atender las necesidades del pueblo. De hecho, los organizadores liberadores aceptan que el pueblo confronta no sólo a opresores privados, sino a las fuerzas del mismo Estado. En el Tercer Mundo, lo que el pueblo enfrenta son Estados que han hecho causa común con las agencias del sistema capitalista mundial. En virtud de este acuerdo, el Estado actúa como capataz de su pueblo para facilitar su explotación y el saqueo que el capitalismo mundial hace de los recursos del país. A cambio, se mantienen en el poder regímenes que hace tiempo perdieron la poca legitimidad que quizá tuvieron en sus inicios.

Reestructuración del sistema

Los organizadores liberadores, por tanto, aspiran a reestructurar el sistema usando la organización comunitaria como paso inicial del desarrollo de un pueblo que reaccione ante las condiciones locales con una perspectiva del contexto nacional global. Por ende, se hace hincapié en la toma de conciencia y la politización, basándose en las luchas locales y sectoriales para crear una valoración de las raíces de estos problemas. Dichas luchas siempre se sitúan en el contexto de las fuerzas históricas y en una visión de un orden social alternativo. Lo que la mayoría de los países del Tercer Mundo deben promover es al organizador comunitario liberador, porque no sólo alienta la participación popular, sino que echa los cimientos para las condiciones que permitirán el florecimiento de esas formas de participación.

Las comunidades que enfrentamos

Aunque la participación popular sigue siendo la meta principal y el proceso primordial para cualquier labor auténtica de organización comunitaria, los resultados han sido variados. Por un lado, algunos organizadores se han dado por vencidos, llegando a la conclusión de que algunas comunidades no están listas para organizarse. Muy a menudo, atribuyen este fracaso a lo que perciben ser la casi infranqueable apatía e indiferencia del pueblo. Al otro extremo, hay numerosos ejemplos de experimentos en los que comunidades enteras han tomado activamente sus destinos en sus manos, al punto de dar sus vidas por las causas en las que creían.

¿Qué tipos de comunidades enfrentamos generalmente en la mayoría de los países del Tercer Mundo?

Son comunidades que han sido marginadas por fuerzas sociales fuera de su control, personas que han aceptado su destino como simples receptores del devenir nacional e internacional.

A causa de la demanda de ciertos productos, tales como el plátano y la piña, a comunidades cultivadoras del arroz —que al menos podían sobrevivir porque cultivaban su propio alimento básico— se les ha incitado a cambiar a cultivos de exportación. Sin ninguna comprensión de los vaivenes del mercado, estas comunidades se encuentran impotentes cuando el mercado se agota y no pueden vender sus cultivos. Desgraciadamente, darse cuenta de esto no les basta para regresar al cultivo del arroz, ya que los nutrientes de la tierra han quedado destruidos por el empleo prolongado de fertilizantes y otros productos utilizados en los cultivos de exportación.

Nos enfrentamos a comunidades y personas que sólo son capaces de reaccionar ante las condiciones que las amenazan. Se limitan a renegar sobre los problemas y, en última instancia, a simplemente encontrar formas de afrontar individualmente estas situaciones.

A consecuencia de las políticas estatales, perciben los aumentos en los precios de los insumos agrícolas, los artículos de consumo y del costo de vida en general debido a la devaluación de la moneda local, como situaciones que están fuera de su control. La reacción usual es apretarse los cinturones, buscar nuevas fuentes de ingresos que generalmente no existen, o incluso competir despiadadamente entre ellos por los pocos y escasos recursos. Esta reacción indica simplemente la aceptación de un destino de impotencia, y las personas rara vez consideran la opción de hacer algo colectivamente para afrontar estas situaciones.

Nos enfrentamos a comunidades con una casi nula comprensión de las estructuras que determinan sus vidas.

Las comunidades pobres de las zonas urbanas que se encuentran frente a la posibilidad de demoliciones y reubicación forzada, encuentran difícil entender por qué las tierras que han mejorado en el curso de los años ahora son reclamadas por el gobierno y por personas adineradas. Aunque estas comunidades ven las causas inmediatas —la necesidad de embellecer la ciudad para satisfacer los caprichos de la Primera Dama, de borrar artificialmente toda manifestación de pobreza para que los turistas y los donantes extranjeros piensen que nos estamos desarrollando—, es raro que puedan vincular estos problemas con las estructuras de opresión de la sociedad. Con frecuencia, sólo son atribuidos a prioridades desacertadas y a la falta de conciencia de quienes detentan el poder.

Nos enfrentamos a personas que, desde generaciones atrás, han aceptado su impotencia como una característica permanente de sus vidas y, por tanto, no pueden siquiera percibir la realidad como problemática. Sobre todo, nos enfrentamos a personas que han renunciado al derecho de intervenir en las decisiones y políticas que determinan su calidad de vida. En su mayoría, especialmente en las zonas rurales, reciben la llegada de los organizadores comunitarios con esperanza. Sin embargo, al ser confrontados a preguntas que intentan determinar si perciben la necesidad de participar activamente en un proceso de cambio, su reacción es generalmente la de ceder esta opción a los dirigentes habituales. Al darse cuenta, durante el proceso, de que dichos dirigentes no les van a ayudar a resolver sus problemas, racionalizan su pobreza y explotación como la voluntad de Dios. Más aún, no es raro oír a personas que alegan que su estilo de vida tiene ciertas ventajas de las que ni siquiera los ricos gozan.

Factores que han contribuido al estado de las comunidades

El legado del colonialismo

La mayoría de los países cuyo desarrollo histórico se vio abortado por la intervención de las potencias coloniales han desarrollado pueblos cuya iniciativa y sentido de poder se han visto sistemática y continuamente aniquilados por la fuerza abrumadora del colonialismo. Mediante la represión y los mecanismos ideológicos, se llevó al pueblo a creer en su inferioridad, por un lado, y en la benevolencia de quienes detentan el poder, por el otro. La respuesta a quienes optaron por hacer valer sus derechos fue la represión contundente. Lentamente, a través de generaciones sucesivas, se le enseñó al pueblo a aceptar su destino de sujeto pasivo ante fuerzas que no podía entender.

Sociedades clasistas

Puesto que estas sociedades y estas comunidades están divididas en clases sociales con niveles necesariamente diferentes de acceso tanto a la riqueza como al poder, la mayoría de sus miembros han quedado relegados a posiciones de absoluta impotencia. Ya que las clases altas tienen más recursos, ya que son más elocuentes, ya que engañan a las masas al hablar y actuar ostensiblemente en su nombre, ya que en última instancia controlan las oportunidades de vida del pueblo, las masas se ven en apuros. Por un lado, son más manipulables porque no pueden captar la situación total y por ende confían en que sus dirigentes autodesignados están efectivamente de su lado. Por el otro, aunque algunos se den claramente cuenta de estas maquinaciones, les sería imposible disputar el poder de aquellos que son propietarios de las tierras que labran, de aquellos a quienes deben dinero, de quienes controlan a los intermediarios, de quienes tienen acceso a los centros de poder que están fuera de su alcance.

Intervención directa del Estado

En muchos países el Estado se ha apropiado hasta de la participación. Temas que deberían ser materia de un proceso de toma de decisiones han sido retirados del debate público y, en su lugar, el Estado ha introducido formas de participación cooptativa. El Estado toma las decisiones y a los pobladores se les deja probar lo que es la participación, pero solo en materia de implementación. De ese modo, las autoridades centrales, así como los dirigentes locales, absorben todo el ejercicio político. Por último, no es raro oír de una represión del Estado cuando las comunidades tratan de hacer valer su derecho al ejercicio político con beligerancia.

Falta de información

En las sociedades clasistas, especialmente bajo gobiernos autoritarios, la información se mantiene fuera del alcance de las masas por diversos medios. Primero, por la simple falta de recursos el pueblo se encuentra, en la práctica, desconectado incluso de las fuentes comunes de información. Los medios están fuera de su alcance; se encuentran confinados a zonas muy limitadas y no tienen acceso alguno a los acontecimientos de otros lugares; se oculta información a través de una censura; y, quizá, más significativamente, los canales de información sólo están atestados de datos intrascendentes y de ruido que obnubilan el entendimiento. La falta de información, por un lado, y la sobredosis de basura, por el otro, paralizan al pueblo a tal punto que se les roba incluso el concepto de realidad y la visión de una vida mejor.

Las presiones de vivir al día

Cuando las personas tienen que concentrarse en su supervivencia física, hay muy poca oportunidad de reflexión. Quedan reducidas a las actividades del día a día y no les es posible pensar en lo que está sucediendo a su alrededor. En cuanto a quienes hacen el esfuerzo de reflexionar sobre su situación, no pueden compartir estos pensamientos con otros, limitados por los factores antes mencionados, y mucho menos volverlos materia de análisis colectivo. Este aislamiento forzosamente reduce la posibilidad de que discusiones colectivas lleven a conceptos más claros y a determinar acciones consiguientes para afrontar su situación. Esto los consigna a estados prepolíticos, porque ni siquiera se les da la opción de una no participación significativa. Lo que emerge entre las masas es una aparente apatía e indiferencia.

La organización comunitaria liberadora como paso inicial hacia una transformación nacional

Los organizadores comunitarios deben estar siempre conscientes de su papel en el contexto nacional. Debido al tipo de comunidades que enfrentamos en la mayoría de los países del Tercer Mundo, es la organización comunitaria la que puede efectuar la ruptura inicial. Ante comunidades que han aceptado la impotencia como forma de vida, su participación en moldear el futuro nacional sólo se puede lograr progresivamente. La primera etapa es aprender a confrontar la realidad de su entorno inmediato. Pero, al mismo tiempo, sabiendo que la organización comunitaria es sólo un paso hacia cambios más fundamentales, el organizador debe considerar los problemas locales en el contexto de la estructura social global.

Hay otra función de la organización comunitaria a la que deben aspirar los organizadores. Gran parte de la experimentación a nivel comunitario local debe orientarse a probar nuevas formas de ordenación social que sean aplicaciones prácticas de las relaciones previstas en un orden social transformado. La organización comunitaria debe ser un espacio a través del cual se puede desarrollar la visión nacional.

Los experimentos con granjas comunitarias, las diversas formas de cooperativas, los modelos alternativos de dirigencia y otros similares sirven no sólo para efectuar cambios trascendentales en las comunidades, sino también para preparar el terreno para formas de relaciones sociales que podrían ser viables en una sociedad transformada. En estos casos, no sólo se ponen a prueba principios y visiones, sino también formas reales de organización que deberían convertirse en planes maestros para un futuro alternativo.

Límites estructurales a la organización comunitaria

El organizador debe entender claramente que la mayoría de los problemas locales se deben a estructuras muy enraizadas a nivel nacional. Es por ello que al analizar los límites de la organización comunitaria, no se busca inducir la impotencia y la desesperación, sino fomentar una sensibilidad realista sobre el carácter compartido de los problemas humanos que enfrentan las comunidades locales. Es importante acabar con la perspectiva localista a la que está muy expuesta la organización comunitaria, un localismo que se alimenta del romanticismo de una pequeña comunidad que utiliza todos sus recursos para superar problemas monumentales. Es necesario recordar constantemente que las realidades locales no existen en un vacío; son más parte integral de un sistema global. Después de todo, si un organizador se engaña pensando que los problemas locales no son consecuencias funcionales de problemas mayores, la comunidad sólo puede terminar frustrándose.

El organizador también debe estar consciente de la estructura de poder tanto local como nacional. Con mucha frecuencia, los organizadores han cometido el error de ver de modo mecanicista a quienes detentan el poder, considerándolos incapaces de tomar decisiones que beneficien a la gente. El organizador debe hacer que las personas se den cuenta de que, en ciertos temas, los que están en el poder ejercen cierta flexibilidad que les permite conceder ante algunas demandas mientras hacerlo les permita contraponer los intereses de una y otra comunidad. De esta manera, los poderosos evitan la solidaridad y se mantienen en el poder [...].

Algunos lineamientos metodológicos para los organizadores comunitarios liberadores

Organización con visión

No basta que los organizadores se aferren a una visión vaga de un pueblo potente que actúe colectivamente en favor de sus propios intereses. El organizador debe aclarar el propósito más amplio que servirá de marco para que las comunidades organizadas, participativas y militantes hagan algún aporte significativo. La organización sin un modelo concreto de un futuro alternativo sólo puede conducir a acciones superficiales y sin rumbo, que terminan en

frustración y en una mayor sensación de impotencia del pueblo [...].

Una visión de una sociedad más deseable ofrece una estructura sobre la cual criticar la realidad existente. Antes de entrar a una comunidad, el organizador debe tener una clara visión del tipo de sociedad que sería más adecuada para la situación nacional. Esto debe incluir una comprensión de las fuerzas que entran en juego en la realidad actual, los determinantes estructurales básicos que la perpetúan y la forma en que estas fuerzas nacionales e internacionales repercuten en las comunidades.

La necesidad de conocimientos sustantivos

Muchos organizadores se han visto en la situación vergonzosa de tener todas las habilidades que se requieren para el trabajo de organización, pero muy poco conocimiento sustantivo que impartir a las personas. Tras la explicación de las técnicas del análisis estructural, los asistentes a un seminario de capacitación le preguntaron al organizador ponente sobre la relación entre el sistema local de usura y la situación nacional, y lo único que pudo responder es que esto sería abordado en otro momento; en cuanto a más información sobre la crisis económica del país, sólo contestó generalidades. En ambas situaciones e innumerables otros casos, no sólo se mina la credibilidad del organizador, sino que se pierde la oportunidad de mejorar la comprensión que la gente tiene de su propia realidad.

En otro seminario de capacitación para dirigentes comunitarios, después de que el instructor había hecho una crítica extensa de la situación existente, los asistentes comenzaron a intentar imaginarse un escenario alternativo para el futuro. Sabiendo que los intentos iniciales eran asistemáticos y vagos, pidieron al instructor que esbozara posibles escenarios nacionales que podrían conducir mejor a sus metas. Al no tener una visión clara sobre el asunto, el instructor respondió débilmente que eso era algo que la gente debía decidir por sí misma. La reacción inicial fue de incredulidad, seguida de una creciente sospecha de que el instructor les ocultaba algo. Luego, al darse cuenta de que el instructor no tenía una respuesta real, hubo una sensación de frustración porque no podían imaginarse cómo ellos podrían llegar a respuestas viables si tampoco lograba hacerlo este individuo educado y experimentado.

Se requiere de una visión bien pensada

No es lo mismo que un organizador comunitario intervenga en una comunidad con una visión definida, a que se use el proceso organizador para manipular a la gente en direcciones con las que no está realmente comprometida. Es imperativo que un organizador verifique en cada oportunidad si su visión es apropiada y correcta, no sólo en términos de su entendimiento de la realidad, sino de las percepciones y reacciones de la gente. El organizador debe estar dispuesto a oír y evaluar otros puntos de vista. Un organizador jamás debe ser tan dogmático como para insistir en su perspectiva pese a las dudas de la gente, o manipular la información para que su visión sea aceptada. Así, lo que se requiere es de un organizador que entre a una comunidad con una visión bien pensada que será desarrollada y corregida a lo largo del proceso de intervención en la comunidad. De esta manera, el organizador se asegura de que el proceso de organización sea un proceso realmente simbiótico en el que la gente y el organizador trabajan juntos para crear un futuro en beneficio del pueblo. En una relación de este tipo, el organizador aporta habilidades, una visión coherente ante la cual las personas pueden reaccionar e información que antes les era inaccesible. Por otro lado, la gente contribuye con su comprensión de la realidad, basada en experiencias concretas que el organizador no puede tener, con el escenario para probar nuevas formas de organizar la vida social y con la presión de muchos para que la transformación pueda llevarse a cabo.

Algunos activistas políticos, que creen sinceramente en la corrección de su línea política, han perdido

credibilidad debido a una insistencia obstinada en su propia manera de ver las cosas. Las personas tarde o temprano perciben la manipulación y, en consecuencia, dudan de la sinceridad del organizador y de cualquier otro en el futuro, con lo que tal vez vuelvan a replegarse a la condición más cómoda de simplemente aceptar la situación existente.

Organización basada en la clase

En muchos casos, la organización se oculta tras una fachada populista. Es común que los organizadores insistan en una percepción romántica de comunidades homogéneas que pueden ser organizadas como un todo. Los intereses de clase, la desigualdad en el acceso al poder y las relaciones de poder reales se pasan por alto. Si actúa de este modo, es posible que el organizador contribuya a fortalecer la estructura de poder existente y alejar aún más del poder a la mayoría.

Un organizador debe identificar concientemente las clases antagónicas dentro de una comunidad, teniendo cuidado de no subdividir las clases mecánicamente sólo desde la perspectiva de la comunidad. Primero debe entender las distinciones de clase nacionales, dado que no se puede organizar ninguna comunidad de manera aislada de la estructura social mayor. Habiendo hecho eso, el organizador debe analizar la comunidad que será organizada, distinguiendo las clases hasta donde sea posible, y lo más cercanamente posible a la estructura nacional de clases.

Sin embargo, se debe poner especial cuidado en considerar las dimensiones del poder que operan dentro de la comunidad. Tras identificar las divisiones, el organizador debe concentrar su atención en los que no tienen poder y los desposeídos como población objetivo. Para garantizar una auténtica participación de la comunidad, es necesario fortalecer a ese sector, de manera que las personas puedan participar en la comunidad y luego en los asuntos nacionales de manera más eficaz. Si no fortalece a esta clase, el organizador será una herramienta involuntaria para perpetuar una situación económica y política esencialmente desigual.

La organización basada en las clases sociales no puede aplicarse de modo mecanicista. En muchas comunidades hay personas que no son precisamente explotadas ni marginadas que, por algún motivo, demuestran una conciencia politizada. No se debe excluirlas, sino alentarlas como aliadas y ocasionalmente incluso como líderes. Sin embargo, aunque fuera tentador destacar a personas de nivel medio tales como profesores y profesionales, porque es más fácil desarrollarlos, el organizador debe tener cuidado de destacar más bien a los trabajadores y campesinos explotados. Aunque puedan ser muy eficaces e incluso llegar a tener una conciencia no clasista, las personas de nivel medio también pueden ser contraproducentes para el proceso de organización. En primer lugar, en las zonas rurales tienden de manera inconsciente a tratar condescendientemente al pueblo. En segundo lugar, debido a su posición en la comunidad, tienen más acceso al poder que la mayoría y, por ello, pueden intentar resolver los problemas a través del acceso en vez de la acción colectiva.

Tres factores básicos de la conciencia

En un estudio sobre la potencial conciencia de los dirigentes rurales, encontramos que había tres factores básicos que interactúan para producir cierto nivel de conciencia en la gente. El primero es la experiencia de la opresión. No se trata simplemente de que uno haya sido objetivamente explotado. Este factor explica los distintos niveles de conciencia de los agricultores jóvenes y mayores. A diferencia del fenómeno del activismo juvenil en las ciudades, la nueva generación en las zonas rurales es más conservadora que sus mayores. El segundo factor son los beneficios que se reciben del sistema. Sea cual fuera la clase de la que uno proviene, pese a haber una relación directa entre la clase y el acceso al poder, lo importante radica en que la conciencia parece determinarse más por las experiencias concretas

que meramente por la posición de clase. Por ello, un agricultor sin tierras, ahijado favorito del dirigente comunitario local, era más conservador que un pequeño terrateniente. En tercer lugar, y aunque es obvio que guarda cierta relación con el nivel de ingresos, el grado de exposición a ideas nuevas y la capacidad de entusiasmarse por ellas es muy importante. Por ello, los conductores de microbús, expuestos a diversas personas y lugares como resultado de su trabajo, parecían tener más potencial de pensamiento crítico que las personas cuyas perspectivas estaban limitadas por las fronteras geográficas de su comunidad.

La organización en aislamiento

Los problemas locales siempre se pueden rastrear en problemas nacionales e incluso mundiales, por lo que el organizador debe siempre estar consciente de que, aun cuando el escenario para la organización es la comunidad, la orientación debe dirigirse siempre hacia los determinantes estructurales de la situación nacional mayor. Al estar circunscrito a un área geográfica definida, es fácil perder de vista el contexto general. Es común que los organizadores y la gente de la comunidad caigan en la trampa de creer que los asuntos locales pueden ser resueltos localmente. Esta falta de perspectiva tiene dos consecuencias comunes. Por un lado, los problemas cuyas raíces son realmente nacionales e incluso de carácter mundial, nunca se resuelven realmente en el seno de una sola comunidad. Tras una serie de esfuerzos y sin una solución a la vista, las personas se frustran fácilmente y comienzan a dudar de su reciente fe en la acción colectiva. Por otro lado, es posible que se puedan obtener ciertos logros, pero suele transferirse la carga a otras comunidades.

Un organizador que se encuentra en esta situación podría regocijarse de manera pasajera de su pequeña victoria, sólo para luego darse cuenta de que las personas han desarrollado una aproximación egoísta a problemas que son compartidos por otras como ellas. Un pueblo con esta concepción tendrá dificultades para vincularse a organizaciones y comunidades afines, generando aislamiento e individualismo frente a otras comunidades.

Politización/concientización

La fuerza de la que depende cualquier organización comunitaria, y de la que surgen las formas significativas de participación, es el grado de politización de la gente. Politizarla es ayudarla a recuperar el derecho de definir su propia realidad, determinar un futuro alternativo y trabajar colectivamente por esa visión. En las comunidades donde la toma de decisiones ha sido anulada por el Estado o por miembros de la clase gobernante local, la tarea del organizador es restaurar el proceso político y hacer que las personas participen en el proceso de toma de decisiones. Esto implica que los asuntos que se han convertido en problemas administrativos o de ingeniería se deben volver objeto de debate y deliberación. Esto sólo puede comenzar si se hace ver a las personas que la realidad no es un hecho estático, sino un proceso en el que pueden intervenir. Convertir el presente en un problema por resolver requiere que ellas acepten que tienen derecho a una mejor vida. Aunque pueda parecer obvio, la experiencia nos demuestra que la perspectiva de la persona común está severamente limitada por la aceptación de su estado actual como su lugar natural en la vida. Aunque puedan soñar con estilos de vida que ven, o sobre los cuales leen o escuchan, estas fantasías son un anhelo por los accesorios, y no la sustancia, de una mejor vida.

Las características de una vida mejor permitirán a la gente reaccionar ante su situación actual y elevar el nivel del debate a las precondiciones estructurales que son necesarias para este futuro alternativo. El mismo proceso sirve para situar problemas específicos dentro de una perspectiva mayor. Es importante que las personas y el organizador tengan fundamentos basados en la realidad, ya que esta visión debe ser factible y obtenible para que se pueda alentarlas a actuar.

Es tarea específica del organizador estar atento a los puntos en los cuales los debates pueden relacionarse con problemas más amplios y no restringidos al ámbito de la comunidad aislada.

En el proceso de la politización, el organizador debe determinar la combinación correcta entre lo local y lo nacional. Por un lado, le resulta muy tentador alentar a la gente a organizarse para demostrar la viabilidad de la acción colectiva. Sin embargo, esto puede llevar a una perspectiva aislacionista. Por otro lado, enfatizar excesivamente los componentes nacionales y mundiales, especialmente al inicio de la organización, puede llevar al derrotismo y la desesperación. Es decir, la gente se siente tan abrumada por el alcance y la complejidad de los problemas que sólo le queda replegarse en la inacción.

En un intento por explicar a las mujeres que el tema de salud debe situarse en el contexto nacional, los organizadores utilizaron un ejemplo que demostraba la dominación de la industria farmacéutica por las multinacionales, y la complicidad del gobierno nacional y la profesión médica. Luego, el organizador procedió a demostrar la viabilidad parcial del programa de medicina herbal, con lo que las mujeres sólo pudieron reaccionar diciendo que con enemigos tan grandes no había manera de que pudiesen ganar.

La meta final: la determinación de actuar

La meta final de la concientización debe ser la decisión de actuar a partir de las convicciones personales. La acción no sólo debe ser decidida, siempre debe ser organizada y colectiva. El pueblo debe ver, a través de la experiencia en luchas pequeñas y concretas, que su fuerza colectiva es eficaz. A partir de acciones y victorias menores, el pueblo podrá empezar a desafiar la realidad.

El organizador debe asegurarse de que la conciencia generada por las batallas en torno a los problemas locales se convierta en una comprensión y disposición a solidarizarse con otras comunidades. Una persona que puede luchar por sus derechos pero que no puede interesarse por problemas similares en otras comunidades, no está realmente politizada. Mientras las personas no vean la necesidad de vincularse con otras comunidades, así como de contribuir a las luchas de los demás, la misión del organizador está incompleta.

Cuando se planeó construir una planta de fundición de cobre en una comunidad en Batangas, la gente se opuso. Estaban muy organizados y tuvieron suficiente éxito como para obligar al gobierno nacional a suspender sus planes. Después de la victoria, el gobierno procedió discretamente a instalar la planta en otra zona del país. Casi no hubo oposición de la primera comunidad. Hasta los mismos organizadores parecían estar demasiado preocupados por nuevos temas como para interesarse por otra comunidad que tendría que soportar la carga que ellos habían frustrado tan exitosamente.

Por ello, el organizador debe inculcar en la gente la responsabilidad particular que conlleva la victoria.

Crear espacios para la reflexión

Para asegurar la eficacia del proceso de politización, el organizador debe contribuir intencionalmente a romper los obstáculos a la capacidad de las personas de reflexionar y participar en el debate colectivo.

En una comunidad pesquera, inicialmente se convocaba a reuniones cuando los pescadores volvían a tierra. Sin embargo, en su mayoría estaban simplemente demasiado cansados como para participar en algún tipo de deliberación. Además, ése era el único momento que tenían para relajarse y estar con sus familias. Simplemente no había tiempo libre, sobre todo considerando la falta de interés de los pescadores en el proceso de organización. Entonces, los organizadores decidieron acompañarlos en sus botes y así pudieron conocer sus vidas de primera mano. Al mismo tiempo, las horas en las que esperaban

sacar las redes se transformaron en escenarios para el debate. Éste fue un avance necesario para motivar a los pescadores a esperar los siguientes debates colectivos con entusiasmo.

Se pueden seguir dos líneas principales de acción. Primero, emprender programas que generen ingresos para liberar algún tiempo y reducir la preocupación de ganarse la vida. En segundo lugar, hacer que la gente participe en asuntos menores que puedan servir como bases concretas desde las que pueden surgir la reflexión y los debates colectivos. Al realizar esto último, el organizador debe estar consciente de que dichas actividades no actúan como paliativos para crear la ilusión de la viabilidad esencial del sistema ni hacen que las personas se contenten con logros menores y asistencia social. Lo importante es que tengan tiempo para deliberar y profundizar su comprensión del presente, y concretar su visión del futuro.

Organizadores organizados

Los organizadores, como cualquier persona, no pueden sobrevivir eficazmente en aislamiento. Desgraciadamente, mientras la mayoría de los organizadores son expertos en organizar a la gente e incluso a comunidades enteras, es irónico que ellos mismos no sean organizados. Los organizadores deben verse a sí mismos como expertos que ensayan el trabajo preliminar para la transformación nacional futura. Como tales, deben compartir una visión común, intercambiar experiencias constantemente y examinar su trabajo colectivamente. En suma, deben practicar entre ellos lo que predican a los demás. Sin organización, los organizadores no pueden superar el aislamiento de la organización comunitaria y el localismo que surge de trabajar en escenarios geográficamente limitados.

Evidentemente, los organizadores se enfrentan al problema de no poder reunirse regularmente, al igual que muchos campesinos, porque están incomunicados geográficamente los unos de los otros. Sin embargo, aunque traten de establecer periodos fijos de reflexión colectiva, las exigencias de la organización comunitaria hacen que no puedan ceñirse a cronogramas regulares como los oficinistas. Los esfuerzos por hacer que los organizadores se reúnan siempre sufren la ausencia de algunos de sus participantes, quienes no pueden predecir los acontecimientos dentro de la comunidad y tampoco, por ende, simplemente marcharse.

Aun así, deben tratar de reunirse constantemente, no sólo para aprender a través de experiencias compartidas sino para profundizar y reforzar el compromiso, que es tan importante para quienes deciden unir su suerte a la del pueblo.

David, Karina C. (1984). "Community Organization and People's Participation". Ponencia presentada en la Conferencia sobre Métodos y Medios de Participación Comunitaria. Uppsala, Suecia, mayo. Reproducción autorizada por la autora.

Extracto de

Un enfoque budista del desarrollo: *un empeño de Sri Lanka*

Wimal Dissanayake

La comunicación es la verdadera arteria vital de la sociedad humana; ninguna sociedad podría funcionar sin ella. Por lo tanto, debemos prestar mucha atención al papel de la comunicación en toda iniciativa de desarrollo. Una de las principales debilidades de los primeros planes de desarrollo de los países en vías de desarrollo fue el papel insignificante asignado a la comunicación. En este sentido, la observación de Lucien W. Pye (1963) es pertinente:

> «La comunicación es la red de la sociedad humana. La estructura de un sistema de comunicación, con sus canales más o menos bien definidos, es de cierto modo el esqueleto del cuerpo social que lo envuelve. El contenido de la comunicación es, por supuesto, la sustancia misma del intercambio humano. El flujo de la comunicación determina la dirección y el ritmo de un desarrollo social dinámico».

Haré a continuación una reseña de los cuatro enfoques principales del desarrollo. El primer enfoque gozó de popularidad en las décadas de 1950 y 1960. Destacaba la industrialización, la tecnología con uso intensivo de capital y la planificación centralizada. Sus defensores alegaban que los países en desarrollo sólo podrían progresar si seguían la pauta dada por los países industrialmente avanzados. El libro de Rostov (1960) *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto* ("Las etapas del crecimiento económico: Un manifiesto no comunista") causó un impacto profundo en este modo de pensar.

Los académicos de la comunicación como Schramm (1964), Lerner (1964) y Pye (1963) propugnaron este enfoque del desarrollo. Expresaron el punto de vista de que los medios de comunicación masiva pueden desempeñar un papel trascendental en la creación de un clima propicio para el desarrollo. Este enfoque subraya la necesidad de una mayor productividad mediante una industrialización acelerada. Se decía que la productividad es la clave del desarrollo y que el sector más productivo de la sociedad moderna es el industrial. Los esfuerzos de la comunicación se inclinaron en esa dirección.

Este enfoque del desarrollo generó mucho optimismo. Sin embargo, hacia fines de la década de 1970, era evidente que la estrategia propuesta no había logrado rendir frutos. Aunque el producto nacional bruto (PNB) había aumentado y las exportaciones estaban en ascenso, muchos de los problemas imperantes, tales como el aumento del desempleo y el subempleo y la congestión urbana, se vieron agravados en el camino. Sus promotores afirmaban que los beneficios acumulativos de este proceso tendrían un efecto "en cascada". Esto tampoco se materializó. En realidad, la brecha entre los ricos y los pobres en los países en vías de desarrollo se profundizó apreciablemente.

Hacia la década de 1970, muchos académicos de la comunicación para el desarrollo empezaron a criticar este enfoque. Cuatro argumentos en contra son particularmente relevantes. En primer lugar, era etnocéntrico y presentaba la experiencia occidental como un modelo que debía ser imitado por los países en desarrollo, sin prestar la debida atención a aspectos como los antecedentes históricos, la singularidad del contexto cultural, etc. En segundo lugar, planteaba una visión unilineal de la historia. Sus críticos alegaban que no había uno, sino muchos

caminos hacia el desarrollo y que la ruta histórica tomada por los países desarrollados no era la única a disposición de los países en vías de desarrollo. En tercer lugar, se concentraba sólo en los factores exógenos del desarrollo, excluyendo los factores endógenos. En cuarto lugar, colocaba demasiado énfasis en el individuo y lo culpabilizaba sin tener suficientemente en cuenta los efectos de la estructura social. Los partidarios del primer enfoque a menudo acusaban a los campesinos de los países en desarrollo de ser demasiado tradicionales, supersticiosos, fatalistas, etc., y de no estar motivados por la "ética laboral protestante". Sus críticos rebatían estos argumentos que ignoraban por completo el efecto de la estructura social, a partir del cual podía ofrecerse una explicación más contundente de algunas de estas características (Rogers 1976).

El segundo enfoque del desarrollo es una reacción al primero. Rogers (1976), que estuvo estrechamente vinculado al primer enfoque, ha señalado muy lúcidamente las inquietudes medulares del segundo enfoque. Al primero lo denomina el paradigma "antiguo" y al segundo el paradigma "nuevo '.

El primer enfoque subrayaba el crecimiento económico, la industrialización, la planificación centralizada y los factores exógenos del desarrollo. Por el contrario, el segundo enfoque resaltaba la distribución de ingresos, la planificación descentralizada, la tecnología de trabajo intensivo y los factores tanto endógenos como exógenos del desarrollo. Este cambio en el énfasis llegó acompañado de un interés conexo por la calidad de vida, la necesidad de combinar los medios de comunicación modernos con los tradicionales, la tecnología apropiada y la participación popular en el proceso de toma de decisiones.

Los promotores del segundo enfoque centraban su atención en preguntas como: ¿Cómo se puede lograr una justicia distributiva? ¿Cómo hacer realidad los ideales de autosuficiencia y autogestión? ¿Cómo integrar productivamente los medios de comunicación antiguos con los nuevos? ¿Cómo se puede usar mejor la cultura como mediadora y facilitadora del desarrollo? ¿Cómo elaborar modelos de comunicación para el desarrollo más pertinentes a la historia y más específicos para cada sociedad? ¿Cómo se pueden incorporar en la ecuación los factores socioestructurales inminentes del desarrollo?

Este desplazamiento en el significado del desarrollo vino acompañado de uno paralelo en el significado de la comunicación. El modelo de la comunicación mecanicista, lineal, unilateral y centrada en el comunicador cedió el paso a un modelo más orgánico, interactivo y bilateral. Teóricos de la comunicación como Berlo (1977) señalaron la naturaleza interactiva y procesual de la comunicación.

Este nuevo enfoque de la comunicación para el desarrollo representa una percepción potencialmente más gratificante del desarrollo y de la comunicación. Muchas de sus fortalezas pueden ser consideradas como un esfuerzo por corregir los defectos del enfoque anterior. Sin embargo, quedan pendientes varias contradicciones. Este enfoque no surge de una filosofía social coherente, como en el caso del primero, y parece incorporar muchas tendencias de pensamiento contradictorias. En efecto, este nuevo paradigma o enfoque manifiesta no sólo uno, sino muchos paradigmas. Por un lado, habla de la interdependencia de los desarrollados y, por el otro, pone mucho acento en la autogestión y la autosuficiencia. Pero estas ideas no se han desarrollado de manera suficientemente integral como para permitirnos comprender todas sus consecuencias y tener en cuenta sus exigencias contrapuestas.

Esto conduce a lo que yo llamo el tercer enfoque del desarrollo. Se caracteriza por la insistencia en la interdependencia entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo y la necesidad de convertir esta relación en una preocupación medular. No obstante, se debe tener en cuenta que cuando los proponentes de este enfoque usan el término "interdependencia", se están refiriendo a una relación perversamente asimétrica en la que los países desarrollados prosperan a expensas de los países en vías de desarrollo. Por lo tanto, consideran que la condición previa fundamental para el desarrollo es la eliminación de esta relación asimétrica.

Los defensores del tercer enfoque del desarrollo destacan la inutilidad de hablar de comunicación y desarrollo en un contexto nacional sin examinar la evolución histórica de cada sociedad y cómo el sistema económico mundial condiciona y regula su desarrollo. Nordenstreng y Schiller (1979), a la vez que encomian a los portavoces del segundo enfoque, advierten que el antiguo paradigma todavía no se ha abandonado por completo. Aseveran que la noción de un desarrollo según las condiciones determinadas principalmente al interior de una sociedad dada, se ha estudiado muy poco y que es un tema fundamental que no se debe pasar por alto. Nordenstreng y Schiller alegan que, aunque los defensores del segundo enfoque del desarrollo y la comunicación hablan de cursos externos del desarrollo y de la teoría de la dependencia, esas nociones no parecen influir sustantivamente en su conceptualización.

La experiencia colonial de los países menos desarrollados es crucial en esta línea argumental. Los factores que dieron lugar al crecimiento de los países industrialmente avanzados también dieron lugar a las condiciones de pobreza en los países del Tercer Mundo. La independencia política de la dominación extranjera no parece haber cambiado apreciablemente el horizonte. Teóricos como Galtung (1980) sostienen que las estructuras coloniales todavía persisten, pero con sistemas de control más sutiles. La ayuda económica, las empresas transnacionales y las instituciones monetarias internacionales se citan como ejemplos de las formas más recientes y sutiles del imperialismo. Los teóricos aducen que este imperialismo se encuentra no sólo en la economía, sino también en las esferas política, militar, de la comunicación y cultural. Según este enfoque, entonces, a menos que haya una reestructuración de las relaciones internacionales, es improbable que los países menos desarrollados logren mayores adelantos.

El último y cuarto enfoque del desarrollo y la comunicación está adquiriendo un amplio reconocimiento. Se caracteriza por un fuerte énfasis en la autosuficiencia. Este enfoque del desarrollo reúne una serie de ideas que han salido a relucir en los últimos tiempos, tales como el desarrollo integrado de las aldeas, la participación popular en los procesos de toma de decisiones, el desarrollo de base, el uso productivo de los recursos locales, la satisfacción de las necesidades básicas, el mantenimiento del equilibrio ecológico, la definición popular de los problemas de desarrollo, y la cultura como fuerza mediadora en el desarrollo.

Galtung (1980) expone lúcidamente la esencia de la estrategia de autosuficiencia en el proceso de desarrollo:

> «La autosuficiencia es un movimiento dinámico desde la periferia y en todos los niveles: individual, local, regional. No es algo que se hace para la periferia. Por lo tanto, el control de la maquinaria económica de un país por parte de capitalistas nacionales o incluso locales, estatales o privados con el fin de producir para satisfacer necesidades básicas no es autosuficiencia. Puede ser "servir al pueblo", pero no es "confiar en el pueblo", para usar la expresión china. La autosuficiencia, en última instancia, significa que la sociedad esté organizada de manera que las masas lleguen a la autorrealización por medio de la autosuficiencia, con la participación de otros en la misma situación».

Ésta es, sin duda, una proposición idealista. El propio Galtung ha señalado que en ella interviene tanto lo económico como lo psicopolítico. Este cuarto enfoque del desarrollo desalienta la tendencia generalizada en los países en vías de desarrollo de imitar las metas y estrategias de los países occidentales y de embarcarse en la imposible tarea de alcanzarlos. En lugar de eso, exhorta a un replanteamiento de los problemas y las repercusiones del desarrollo.

Bibliografía citada

Berlo, David K. (1977). "Communication as Process: Review and Commentary" en *Communication Yearbook*, 1.

Galtung, J. (1980). *The True Worlds: A Transnational Perspective.* New York, The Free Press.

Lerner, David (1964). *The Passing of Traditional Society.* New York, The Free Press.

Nordenstreng, Kaarle y Shiller, Herbert I. (1979). *National Sovereignty and International Communication.* Norwood, Ablex.

Pye, Lucian W. (1963). *Communication and Political Development.* Princeton, Princeton University PressG.

Rogers, Everett M. (1976). *Communication and Development.* Beverly Hills, Sage.

Rostow, W. W. (1960). *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto.* New York, Cambridge University Press.

Extracto de

Continuidad y cambio en los sistemas de comunicación: una perspectiva asiática

Georgette Wang y Wimal Dissanayake

El estudio de la "modernización" y el "desarrollo" ha sido un tema interdisciplinario y una inquietud mundial desde la Segunda Guerra Mundial. Es fácil identificar los motivos por los cuales estos dos conceptos atraen tanta atención académica: entrañan cambios en casi cualquier sociedad del mundo y su alcance incide en todo.

El estudio del cambio rara vez ha optado por una perspectiva panorámica. Con frecuencia, se han seleccionado uno o dos de los aspectos más importantes del cambio para formular teorías que luego se han utilizado para explicar, predecir o recomendar cambios globales. Desde luego, muchas de las teorías previas han sido importantes. Sin embargo, sus debilidades se pusieron de manifiesto cuando la realidad se apartaba, o incluso contradecía, lo que ellas planteaban.

El objeto del presente trabajo no es formular una teoría "universalmente aplicable" sino señalar la importancia de un factor principal que no ha recibido la atención debida en el estudio del desarrollo y el cambio: el papel de la cultura. Ya que las ideas erróneas sobre la cultura y el desarrollo explican parte del fracaso del "antiguo paradigma del desarrollo", la cultura como una de las variables del proceso de cambio merece ciertamente atención en la búsqueda de un "nuevo paradigma". Proponemos considerar el desarrollo como un proceso dinámico en el que la cultura participa aceptando, rechazando y dirigiendo el cambio, a la vez que mantiene un cierto grado de continuidad. Pero antes de emprender un debate provechoso sobre este tema, es útil y necesario definir algunos conceptos clave.

La cultura es intrínsecamente difícil de definir. En 1952 dos antropólogos acometieron esta tarea aparentemente sencilla. Kroeber y Kluckhohn (1952) encontraron 154 definiciones distintas y un sinnúmero de definiciones incompletas de cultura, o enunciados sobre la misma. Desde entonces, se han generado más definiciones en diversos campos de las ciencias sociales. El número refleja lo intrincado de la cultura como concepto en la investigación científica. Feibleman (1968) ha descrito el problema:

> «Éstas [las culturas] no siempre tienen comienzos y finales abruptos; cuando prosperan, tienen periferias poco claras y se funden unas con otras en forma muy poco definida. No siempre reconocemos una cultura cuando la vemos».

La cultura se puede definir como herencia social, costumbres o tradiciones. También se puede referir a la forma de comportarse y de pensar con o sin la función de proveer mecanismos de solución de problemas. Puede hasta incluir «todos los medios de adecuación no producidos genéticamente» o «la suma de todo lo que es artificial» (Kroeber y Kluckhohn). Cada definición de cultura tiene fortalezas y debilidades por la extrema complejidad del concepto. Para efectos de la presente exposición, queremos destacar tres características importantes de la cultura. Primero, la cultura tiene una memoria que se manifiesta en tradiciones, costumbres y creencias. Es común que esta memoria del pasado sirva para dirigir la reacción y las respuestas a estímulos presentes. El resultado es cierto grado de continuidad en la mayoría de aspectos de la vida. Segundo, la cultura es un sistema abierto. La interacción constante de los elementos al interior del sistema y la interacción con el entorno externo llevan a los estímulos a cambiar, y la magnitud del cambio varía. Tercero, por intermedio de los valores, las normas y las pautas aprobadas de comportamiento, una cultura logra mantener su integridad ejerciendo cierto grado de autoridad sobre sus miembros. A su vez, actúa para aceptar, integrar o rechazar estímulos

Extracto de

Cultura, desarrollo y cambio: algunas observaciones

1984

Georgette Wang y Wimal Dissanayake

Los "nuevos conceptos del desarrollo" contienen tres importantes cambios de énfasis que son pertinentes a nuestra discusión. Primero, se presta una mayor atención al escenario local. Ya no se consideran a las "audiencias objetivo" del cambio como seres pasivos que pueden ser transformados con un toque de varita mágica. Se hacen esfuerzos por motivar a la gente para que participe activamente o para que tome la iniciativa en los programas de desarrollo. Se alienta la toma de decisiones a nivel local y la comunicación de abajo hacia arriba. Segundo, las condiciones y los factores endógenos ya no son considerados como las únicas causas del subdesarrollo, y las creencias, prácticas y sistemas tradicionales ya no se miran como primitivos y atrasados. Por el contrario, son reconocidos por estudiosos y por tomadores de decisiones como esenciales para lograr las metas del desarrollo. Tercero, el crecimiento económico sigue siendo importante, pero la meta del desarrollo es el mejoramiento de todos los aspectos de la vida, y no solamente el confort material. Además, se sugiere un "estado final" del desarrollo en el que se espera que cada nación defina por sí misma las metas del "desarrollo".

Wang, Georgette y Dissanayake, Wimal (1984). *Continuity and Change in Communication Systems: an Asian Perspective.* Ablex Publishing Corporation, New Jersey. Reproducción autorizada por Greenwood Publishing Group, Inc., Westport, Conn.

Dissanayake, Wimal (1984). "A Buddhist Approach to Development: A Sri Lankan Endeavor" en Wang, Georgette y Dissanayake, Wimal (eds.) *Continuity and Change in Communication Systems: An Asian Perspective*. Norwood, New Jersey, Ablex Publishing Corporation. Reproducción autorizada por Greenwood Publishing, Inc., Westport, Conn.

para el cambio. Por lo tanto, la cultura cambia, pero la presencia de uno o dos estímulos manipulados no siempre logra el cambio deseado.

A partir de lo anterior, una definición eficaz de cultura podría incluir las manifestaciones del intento del hombre por relacionarse satisfactoriamente con su entorno. De ahí que comprenda artefactos tanto como valores, creencias y pautas de comportamiento, todos los cuales tienden a cambiar con cierto grado de continuidad. Por consiguiente, la cultura es mucho más que una entidad estática del espíritu y de la práctica que se han acumulado en el pasado.

"Desarrollo" no es un concepto menos ambiguo. El término se ha confundido frecuentemente con "occidentalización", "industrialización" y "modernización". Cada uno de estos conceptos debe distinguirse del otro.

"Occidentalización" alude al proceso de pasar a ser como los países occidentales, pero no especifica qué país occidental se considera como el modelo ni en qué momento. "Industrialización" pone de relieve el crecimiento y expansión de la industria y los cambios sociales conexos. "Modernización" conlleva esencialmente un significado que incluye a los dos términos anteriores. Alude al proceso de cambio social producido por un cambio en la estructura económica. El producto previsto sería algo que se parece a lo que son los países occidentales.

Con los años, la definición de "desarrollo" ha experimentado ciertos cambios. En la fase inicial de conceptualización, se parecía a "modernización". Por ejemplo, Rogers y Shoemaker (1971) consideraban al desarrollo como «un tipo de cambio social en el que se introducen nuevas ideas en un sistema social con la finalidad de producir ingresos per cápita y niveles de vida más altos por medio de métodos de producción más modernos y una organización social mejorada. El desarrollo es la modernización a nivel social».

En años recientes, los académicos y los responsables de la formulación de políticas en muchos países del Tercer Mundo comenzaron a impugnar esa orientación y su significado ha adquirido un cariz más humanista. En este trabajo, el concepto de "desarrollo" se define como «un proceso de cambio social que tiene por objeto la mejora de la calidad de la totalidad o de la mayoría de las personas sin violentar el entorno natural y cultural en el que existen, y que busca involucrar a la mayoría de personas tanto como sea posible en esta empresa, haciéndolos dueños de su propio destino».

Han pasado más de tres décadas desde lo que suele considerarse como la fase inicial del desarrollo. Una mirada a la situación actual del mundo indica que, pese a la gran inversión de capital, se necesita más.

Entre 1968 y 1977 la ayuda económica al Tercer Mundo por parte de las principales instituciones financieras[1] ascendió a un total de más de 10.000 millones de dólares (Kurian 1978). El gasto del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), uno de los principales organismos internacionales de desarrollo, llegó a US$ 839,5 millones en 1980. Entre 1946 y 1979 la ayuda económica de Estados Unidos a otros países fue de US$ 134,181 millones en total (Statistic Abstract of the United States, 1980). Aún más impresionante es el aumento constante y estable de la ayuda a los países en vías de desarrollo. En un lapso de nueve años, por ejemplo, la ayuda de bancos internacionales se quintuplicó. Debido a debilidades estructurales en la economía del Tercer Mundo, se proyecta que la dependencia respecto de las instituciones financieras internacionales continuará (Memoria Anual del Banco Mundial, 1981).

Si bien la inversión de dinero y recursos humanos ha tenido algún éxito, todavía existen dos brechas alarmantes: la brecha entre ricos y pobres en los países en vías de desarrollo y la brecha entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo en el mundo. Por ejemplo, el ingreso bruto per cápita en América del Norte superó los US$ 8.510 en 1978. Sin embargo, fue de US$ 600 en África, US$ 800 en el este y sudeste de Asia (excepto Japón), US$ 2.060 en el Oriente Medio y US$ 1.390 en América Latina (Organización de las Naciones Unidas, 1980). Aproximadamente las tres cuartas partes de la población de los países en vías de desarrollo reciben poco más de un quinto del ingreso mundial total (Starr y Ritterbush 1980). También hay una gran diferencia en el uso de energía en las diversas regiones y es probable que ello cambie muy poco en el futuro. Se ha pronosticado que en África aumentará de 0,3 toneladas métricas (en su equivalente en carbón) en 1965 a 0,9 en el año 2000; en Asia, de 0,4 a 1,5; y en América del Norte la cifra se duplicará de 10 a 20. Estados Unidos, con 6% de la población mundial, usa el 33% de la energía disponible (Galtung 1980). La tasa de analfabetismo ha disminuido de 44,3% en 1950 a 34,2% en 1970 pero, en cifras absolutas, los adultos analfabetos son ahora más numerosos debido al aumento estable de la población.

La brecha entre ricos y pobres en sociedades en vías de desarrollo es igualmente problemática. Ya que por lo general no se considera la estructura sociocultural de los países en desarrollo al introducir nueva tecnología, su transferencia ha servido por lo general a los privilegiados. Los centros urbanos atraen un excedente de mano de obra a las grandes ciudades y el resultado es una nueva clase de pobres urbanos.

El flujo unidireccional internacional de la información y tecnología ha generado inquietud por una posible pérdida de identidad cultural en los países en vías de desarrollo. Las estadísticas presentan un panorama sombrío. Por ejemplo, el 80% de los programas de televisión que se presentan en América Latina se producen en Estados Unidos, lo que conduce a los comentaristas a predecir que los televidentes abandonarán sus valores tradicionales y absorberán los estereotipos y prejuicios extranjeros transmitidos por la televisión (Dagnino 1973). Investigadores como Nordenstreng (Nordenstreng y Varis 1974), Varis (1974) y Schiller (1969, 1973, 1976) han demostrado cómo se relaciona este fenómeno con patrones mundiales de dominación y dependencia. Sin duda, este temor al imperialismo cultural obstaculiza la labor del desarrollo.

Estos datos y cifras demuestran que los programas de desarrollo no han podido salvar la brecha entre ricos y pobres. La pobreza existe todavía en extensas regiones del mundo y se complica por otros problemas. La perspectiva sombría del futuro ha fomentado una seria reconsideración de las estrategias y la orientación de las políticas de desarrollo tanto en el nivel teórico como en el de la práctica.

Notas

1 Tales como el Banco Mundial, la Asociación para el Desarrollo Internacional, el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco de Desarrollo Asiático, entre otros.

Bibliografía citada

Dagnino, E. (1973). "Cultural and Ideological Dependence: Building a Theoretical Framework" en Bonilla, P. y Girling, R. (eds.). *Struggle of Dependency.* Stanford, California, Stanford University Press.

Feibleman, James (1968). *The Theory of Human Culture.* New York, Humanities Press.

Galtung, Johan (1980). *The True Worlds.* New York, The Free Press.

Kroeber, Alfred L. y Kluckhohn, Clyde (1952) *Culture.* New York, Vintage Books.

Kurian, George T. (1978). *Encyclopedia of the Third World.* New York, Facts on File.

Leed, E. J. (1978). "Communications revolutions and the enactment of culture" en *Communication Research*, N° 5, julio.

Memoria Anual del Banco Mundial (1981). Washington, D. C., Banco Mundial.

Nordenstreng, Kaarle y Varis, Tapio (1974) "Television Traffic—A One-Way Street" en *Reports and Papers on Mass Communication*, Nº 70. París, UNESCO.

Rogers, Everett M. y Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations*. New York, The Free Press.

Schiller, Herbert I. (1969). *Mass Communications and American Empire*. New York, A. M. Kelley.

Schiller, Herbert I. (1973). *The Mind Managers*. Boston, Beacon Press.

Schiller, Herbert I. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York, International Arts & Sciences Press.

Starr, Chauncey y Ritterbush, Philip C. (eds.) (1980). *Science, Technology, and Human Prospect*. New York, Pergamon.

Statistic Abstract of the United States. Washington, D. C., U.S. Department of Commerce, 1980.

Wang, Georgette y Dissanayake, Wimal (1984). *Continuity and Change in Communication Systems: An Asian Perspective*. New Jersey, Ablex Publishing Corporation. Reproducción autorizada por Greenwood Publishing Group, Inc., Westport, Conn.

Cuatro objetivos educacionales

Extracto de *Educación de adultos y comunicación social*

Francisco Gutiérrez Pérez

El proceso de comunicación que es parte del proceso educativo y cultural no puede darse con la actual pertenencia y uso de los medios. En la comunicación no interesa tanto lo comunicado, el producto de la comunicación cuanto la comunicación en sí misma y la participación en ella de todos los que viven el proceso. Aquí habría que repetir con Robert Theobald aquello de que una sociedad que piensa en términos de proceso es profundamente diferente de la que persigue objetivos. Una sociedad en proceso requiere que tanto la educación como la comunicación se vivan como proceso. Sólo dentro de esta valoración puede darse una comunicación efectiva.

Ha sido Jean Cloutier[1] en su magnífica obra *La era de EMEREC o la comunicación audio-scripto-visual en la hora de los self-media* el que ha dejado claramente establecido como la comunicación, que para objetivar mensajes ha estado ligada a medios concretos gracias a los últimos adelantos técnicos, ha podido pasar de la comunicación de elites y de la comunicación masiva a la interpersonal e individual. Los *self-media*, como él los llama, son de hecho nuevas formas de escritura con características tan especiales que hacen que su aprendizaje, uso y aplicación sean mucho más fáciles que la escritura tradicional fundamentada en el abecedario y la imprenta. Por paradójico que parezca, ha sido la sofisticación tecnológica la que ha permitido el redescubrimiento y la recuperación de las sensibilidades expresivas del individuo y de los grupos colectivos sociales. Estos *self-media* por su misma esencia ponen de manifiesto la importancia de que el proceso educativo se fundamente y se lleve a cabo a través de la expresión creadora. Las diversas "grafías" modernas son esos nuevos medios de expresión que convierten al hombre en emisor y receptor al mismo tiempo, y que hacen posible que el hombre en su expresión creadora pueda sobrepasar el tiempo y el espacio con gran facilidad.

Por extensión natural estos medios tecnológicos nos han permitido recuperar otros, como el teatro, la canción, los periódicos comunitarios, los festivales populares y tantas otras formas de expresión que al hacer posible un nuevo tipo de comunicación se constituyen en el más valioso instrumento educativo. El hombre del pueblo puede expresarse y en esa misma expresión se recrea a sí mismo y se vuelve crítico incluso de las mismas técnicas sofisticadas utilizadas por las elites del poder. Y es precisamente a través de estas formas populares de expresión como se podrá luchar en forma eficiente contra los lenguajes estereotipados y monosémicos de los dueños de la información masiva.

¿Quién no ha tenido oportunidad de ver en barriadas populares y entre los campesinos de diferentes regiones de nuestra América Latina experiencias muy valiosas en este sentido? Contra las dictaduras, contra los imperialismos culturales y el monopolio de los medios de información masiva, se alzan guerrillas de grupos que con una gran audacia y no menos imaginación han iniciado la reconquista del lenguaje y la expresión populares. Son estos grupos los que están rescatando la polisemia del lenguaje para llegar a una palabra viva, no esclerotizada ni esclavizada.

La literatura *underground* y subversiva del orden establecido es cada día más abundante y significativa en la liberación de nuestros pueblos.

Un amigo de México me mostró hace unos meses un periódico popular editado por los habitantes de uno de los barrios más pobres del Distrito Federal y que realmente constituye una muestra impresionante de creatividad y audacia, al mismo tiempo que es un paso firme en la concientización, organización y politización de los sectores populares.

La expresión que nace y se alimenta en esta dimensión de los medios de comunicación llena cuatro objetivos educacionales fundamentales:

1. En primer lugar, los medios de expresión ayudan a transformar el proceso de aprendizaje a condición de que los educadores sean capaces de poner en tela de juicio tanto los objetivos del sistema educativo tradicional como sus propias metodologías de trabajo. No existe aprendizaje propiamente dicho mientras la información que alimenta dicho proceso se origine sólo en el docente y además en forma vertical. La verdadera comunicación que alienta el verdadero aprendizaje es de doble vía: dar y recibir. En un mundo como el nuestro la mayor parte de la información podrá y deberá ser recogida por los educandos no sólo en los medios de información: libros, revistas, cine, televisión, etc. sino de la misma realidad que les habla en mil formas y a todos sus sentidos. Esto es lo que por una y otra causa hemos venido llamando el Lenguaje Total. Lauro de Oliveira Lima hace notar que con frecuencia los niños y jóvenes, en constante, intenso y prolongado contacto con los medios de comunicación social están mucho mejor informados que los profesores absortos de ordinario en sus tareas profesionales. Esta sola comprobación hace posible que entre el maestro y el alumno se establezcan relaciones mucho más ricas, espontáneas y en consecuencia educativas.
Como se ha repetido en diferentes ocasiones, esta nueva realidad obligará al docente a convertirse en el primer y más importante material didáctico al servicio del estudiante. El profesor ya no es hoy el "comunicador privilegiado" que pudo ser en otras épocas. Es el educando frente a tantas posibilidades de información

el primer agente del proceso, agente activo y creativo. Como asegura el mismo Lauro de Oliveira Lima, el centro educativo del futuro será un lugar en donde por medio de adecuadas metodologías se logre la asimilación de tanta información como el estudiante puede recoger al ponerse en contacto con el mundo actual.

2. Los medios de expresión, en la dimensión que aquí comentamos, privilegian la animación cultural. Para lograr este objetivo hemos de desmasificar los medios, lo mismo que es obligatorio desmasificar la educación. La educación del futuro no se llevará a cabo, como se ha pretendido hacer hasta el presente, enviando un mensaje televisado a millones de telespectadores sino que, por el contrario, deben ser utilizados esos medios de expresión al interior de pequeños grupos.
Estas agrupaciones "horizontales" de gente que tiene en común un mismo modo de vida o unos problemas comunes, están en capacidad de expresar esa realidad que les preocupa y problematizarla a través de algunos de los medios antes enumerados (teatro, periódico comunitario, canciones, festivales populares y por qué no *videotape*, grabadora de casete, cine, etc.) La función de los comunicadores, al igual que la de los educadores, no es la de trasmitir su saber a los demás, sino más bien ayudar a que los demás puedan comunicarse entre ellos, buscando las soluciones a sus problemas comunes con la fe puesta en sus propias posibilidades.

3. Expresarse es participar en el proceso de aprendizaje. Como afirmamos antes, una de las metas prioritarias en cualquier programa educativo tiene que ser el logro de un hombre participativo en una sociedad democrática. Este objetivo no puede lograrse si la educación no se vive como un proceso de recreación cultural. Es triste y hasta bochornoso el espectáculo —bastante común en América Latina— de humildes campesinos que después de soportar las inclemencias y fatigas de un día de trabajo, se someten a una enseñanza que en su mismo desarrollo y metodología más bien parece encaminada a buscar la resignación y frustración de esos mendigos del saber. Se trata de una enseñanza que se da en y para la sumisión. Es enseñar el conformismo al hacerles comprobar lo difícil que resulta medrar en esta sociedad tremendamente competitiva. Es tratar por todos los medios de que reconozcan su propia debilidad y la debilidad del grupo social al que pertenecen. Es hacer viable a través de la enseñanza la lógica de que vivimos en una sociedad de oprimidos y opresores.
Si se dan estas situaciones al interior mismo del proceso educativo es porque está viciado desde su inicio. Ni la escuela ni algunos programas de educación de adultos constituyen procesos democráticos. En un artículo sobre la escuela como "obstáculo a la democracia" Gunther Nenning sostenía que nuestra democracia no tiene escuelas democráticas. Por eso Lauro de Oliveira Lima aseguraba que la propia escuela debe ser un modelo de democracia, dado que "los conejos no generan elefantes". Para él, sólo la democracia en educación es preludio de una sociedad democrática.
En relación con este objetivo conviene recalcar con Javier Darío Restrepo que «los programas de alfabetización y de cultura para los campesinos adultos son sistemas de domesticación que

Una metodología de trabajo

Extracto de *Educación de adultos y comunicación social*

Francisco Gutiérrez Pérez

Soy consciente de no haber aportado nada nuevo en esta intervención. Me he limitado a interrelacionar una serie de ideas enmarcadas en la pedagogía de la comunicación y confrontadas en las experiencias que hemos venido realizando desde hace algunos años. Quiero terminar precisamente exponiendo en sus líneas gruesas la metodología de trabajo que hemos venido llevando a cabo con la seguridad de que aún resta mucho camino por recorrer y que sólo la falta de recursos humanos y financieros nos impide hacerlo con la velocidad que quisiéramos.

El modelo metodológico tiene las cinco fases siguientes:

1. *Aglutinación del grupo*
Esta aglutinación comprende el desbloqueo de las comunicaciones, el sentido de territorialidad que deben recobrar las comunidades y la identificación del grupo con su aquí y ahora. Se subraya la necesidad de la aglutinación de la comunidad y su importancia como fundamentación de todo el proceso. Esta fase corresponde a lo que en la pedagogía de la comunicación conocemos como la lectura connotativa de la realidad. Por eso el grupo se percibe de una manera atemática, subjetiva, mágica.
2. *Concientización del grupo*
La concientización del grupo debe darse junto con la organización del proceso productivo de la comunidad. Esto exige un estudio denotativo de la realidad que evidentemente debe llevarse a cabo con ayuda de alguno de los medios de expresión. Ya aquí se pasa de la comunicación atemática a la comunicación temática, aunque con la utilización, lo más simplificada que se pueda, del lenguaje propio de cada medio.
Lo importante es poder expresar la propia realidad no ya como cada individuo pretende verla sino como de hecho debe verse, es decir como es. La realidad así expresada da pie para la lectura estructura (lectura crítico-racional) que el grupo realiza sobre sí mismo y su situación.
3. *La organización del grupo*
La organización requiere que el grupo esté aglutinado y conscientizado. Muchas instituciones gubernamentales y privadas que desarrollan programas de educación de adultos en diferentes comunidades campesinas dan por un hecho esas dos primeras fases y pasan de inmediato a la organización montando una estructura jerárquica totalmente artificial y ajena a los requerimientos de la comunidad.
Se señala como supuestos que no es posible la organización de una comunidad si no es a partir de los modos y medios de producción existentes o de los que puedan generarse. Respecto del uso de los medios debe darse importancia al estudio de los diferentes códigos que la comunidad tiene posibilidad de utilizar. No solamente se ha de hacer uso orgánico de alguno de los medios de expresión, sino que la comunidad en esta etapa ha de ir creando sus propios códigos de expresión. Es lo que en la pedagogía de la comunicación conocemos como la etapa de la creatividad expresiva.
4. *La politización del grupo*
La aglutinación debe darse no sólo a nivel de una misma comunidad sino a nivel de diferentes comunidades que tienen intereses y problemas comunes. Para que haya politización es indispensable que se desbloqueen las comunicaciones que existan entre las diferentes comunidades.
Debe darse también una conciencia territorial, no sólo en cuanto a límites físicos sino en cuanto a recursos y limitaciones no ya de los individuos aislados sino de las comunidades y grupos sociales.
A nivel del uso de los medios de expresión se da un intercambio valioso entre las diferentes comunidades, que pondrá de manifiesto la diferente forma de verse y comprenderse.
5. *La movilización del grupo*
Este paso ha de entenderse como la manera de organizarse de las diferentes comunidades con vistas a lograr los objetivos surgidos a lo largo de todo el proceso.
Se supone que la efectividad de la movilización requiere de la reformulación por parte de las comunidades de los modos de expresión que hayan resultado más aceptados y válidos, lo que ha de llevar a la formulación de acciones concretas que determinarán las mejores vías para el logro de la movilización. Metodológicamente corresponde a la creatividad propia de cada uno de los grupos o comunidades. Los medios de comunicación de esta etapa se supone formarán parte integrante de la misma comunidad. Serán considerados como instrumentos para su propio desarrollo.
Dentro de este modelo metodológico, la aglutinación, la toma de conciencia crítica y la organización significarían un tránsito de la cultura de explotación individual a una explotación comunitaria; mientras que la politización y movilización responderían a la necesidad de configurar una cultura propia de la clase campesina. Manejamos la hipótesis de que la politización del campesino no es posible desde su mundo de producción individual.

Gutiérrez Pérez, Francisco (1984). Publicado originalmente en *Siete visiones de la educación de adultos*. México, Pátzcuaro, Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y El Caribe (CREFAL).

tienden a hacer del campesino un óptimo productor y un trabajador sumiso al orden establecido. Toda su capacidad de iniciativa y de trabajo se dirige a la construcción de gallineros, canchas de juego, fosos de abono, letrinas o acueductos, o a la siembra de frutales. Los textos que llegan a sus manos, o los programas de radio y la TV forman un sólido conjunto de enseñanzas neutras y funcionales —con algún matiz de confesionalismo en algunos casos— que dan por supuesta la incapacidad del campesino para valerse por sí mismo». En educación de adultos sólo podrá hablarse de inversión educativa cuando el programa logre capacitarlos para que «tomen conciencia de su realidad, de sus problemas, de sus propias capacidades; para que participen activa y conscientemente en la vida de su comunidad y de su país y para que contribuyan a su desarrollo económico y social».

4. Herbert Read definía a la educación como el cultivo de los modos de expresión. Este enfoque supone la ruptura de la estaticidad o inflexibilidad del sistema educativo tradicional. Se logra hacer de la educación una tarea que nace de la propia dinámica del trabajo y del trabajo productivo. El proceso educativo como red de comunicaciones horizontales se centra en el educando, ya que es él sujeto y objeto del proceso.

Para el mismo autor, la génesis y la dinámica de un grupo vienen determinados, en último análisis, por el grado de autenticidad de las comunicaciones que se abren y se establecen entre sus miembros, porque la auténtica comunicación es la que se asienta en un esquema de relaciones simétricas, en una paridad de condiciones entre comunicador y receptor. Por eso la verdadera comunicación, la más auténtica, es la que se lleva a cabo en el grupo en el que comunicadores y perceptores desempeñen sus funciones en forma intercambiable porque la comunicación no es percibir información, sino que implica una inferencia, es decir, un proceso estructurador.

La comunicación horizontal supone además la posibilidad de pronunciar la palabra auténtica y verdadera. Para Paulo Freire no hay palabra verdadera disociada de la reflexión y de la acción sobre el mundo. Por eso mismo es que la existencia, porque es humana, no puede ser muda, silenciosa, sino llena de palabras, con las cuales el hombre transforma el mundo. Existir humanamente es pronunciar el mundo, es decir transformarlo.

Por eso el acto educativo que se da en la comunicación con los otros hombres y con el mundo es una exigencia que se lleva a cabo por un acto creador. Esto supone que la educación no puede darse sino en el diálogo, en la comunicación horizontal, en la que el educador respeta la particular visión que del mundo tenga el educando. Lo contrario sería una invasión cultural o una "educación bancaria". Muchos educadores incurren en este antidiálogo porque hablan, disertan, entregan conocimientos, imponen caminos como si conocer no fuera crear y recrear.

Notas

1 Cloutier, J., (s/f). *A era de EMEREC ou a comunicação audio-scripto-visual na hora dos self-media.* Lisboa, Ministério da Educação e Investigação Científica/Instituto de Tecnologia Educativa.

Comunicación falsa

1984

Extracto de *Educación de adultos y comunicación social*

Francisco Gutiérrez Pérez

Es realmente contradictorio que en una sociedad saturada de medios de comunicación, el hombre común, el sujeto de nuestros programas de educación de adultos, no pueda expresarse. Forma parte de la sociedad silenciosa integrada, como dice Paulo Freire, por aquellos que no pueden pronunciar su palabra, o por "los que nunca opinan" como los llama Francisco Candel. Esta realidad trae como consecuencia la necesidad de fundamentar todo programa de educación de adultos en la expresión personal y grupal. Es esta una condición sine qua non.

En los modos de relación social hay grupos a los que se les permite hablar y que en consecuencia disponen de medios adecuados para ello, y hay otros —la mayoría— a los que se les obliga al silencio. Son los mismos oprimidos de la economía y de la política.

Vivimos en un mundo de comunicación aparente, de comunicación no efectuada, de comunicación falsa; una sociedad alienada, en la que las mayorías, imposibilitadas e incapaces de comunicarse, quedan reducidas a meros objetos receptores de mensajes alienantes, perdiendo la intersubjetividad y en consecuencia toda posibilidad educativa. Pretender utilizar los medios de la comunicación colectiva, tal cual se dan en esta sociedad de consumo, equivale a considerar el proceso de comunicación como algo totalmente independiente del sistema social.

Gutiérrez Pérez, Francisco (1984). Publicado originalmente en *Siete visiones de la educación de adultos.* México, Pátzcuaro, Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y El Caribe (CREFAL).

Gutiérrez Pérez, Francisco (1984). Publicado originalmente en *Siete visiones de la educación de adultos.* México, Pátzcuaro, Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y El Caribe (CREFAL).

La imagen de la nación en la cultura procesada por la radio

Extracto de *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana*

Rosa María Alfaro

1985

La investigación nos remite al mundo de lo macrosocial, pero enriquecida esta vez con los aportes anteriores, especialmente con la experiencia de análisis microsocial. Se trata de una vuelta a la radio, a las propuestas hegemónicas, a la relación del medio técnico con productores y consumidores, al espacio comunicativo del medio donde las demandas sociales de los sujetos son satisfechas y mediatizadas, o no cubiertas e ignoradas. El análisis se sitúa en la capital, en el eje de los procesos de urbanización y migración más desordenados y efervescentes que haya vivido la historia del país y que Matos Mar (1984) llamara "el desborde popular". Curiosamente, en la ciudad es donde notamos una mayor pugna por conquistar la hegemonía cultural sonora y musical por las clases populares.

La situación de crisis económica y la ausencia de un poder político gestor de un proyecto social para el país perfilan un tortuoso e inconcluso camino de formación de la nación. En ese vacío ocurre la generación de movimientos sociales en búsqueda de su autosatisfacción, uno de cuyos campos de realización es la identidad cultural. Así la radio limeña, poder real y simbólico, vista como culpable de la ausencia de patria, se convierte en un nuevo espa-

cio de conquista. Entonces el tradicional modelo radial transnacional empieza a ser cuestionado, en el lugar donde se viabiliza el proyecto de un país en función de la exportación, del mercado transnacional. Así los oyentes y las diversas instituciones y mediaciones sociales populares empiezan la dura tarea de alquilar espacios radiales y mantenerlos con publicidad de pequeños y medianos propietarios. Los grupos provincianos y sus folkloristas, como los creadores y los intérpretes de la música tropical-andina se apropian de la radio obteniendo en conjunto una excelente respuesta cuantitativa de la audiencia popular. Pero esta formulación no se consigue a la manera romántica sugerida por los indigenistas y por los anarquistas de la política cultural, sino profundamente unida a todo un sistema de producción y circulación comercial, única posibilidad de supervivir en el capitalismo, cuya experiencia de resistencia cultural se gesta al interior del sistema, marcado por él. Pero los modos de producción a los que se recurre no son los mismos que los del capitalismo desarrollado. Se combinan diversas lógicas de producción, como también distintas maneras de coexistencia de las diversas producciones, relacionadas con la comercialización artesanal e informal de la música. Otra institucionalidad ingresa así a la radio, otras mediaciones sociales le dan sentido a este medio de comunicación ignorado y despreciado por las burguesías y el Estado. Identificamos así todo un conjunto desordenado de actividades colaterales a la radio, la irregular producción disquera, la venta informal en plazas y mercados, donde el pueblo vive y transita y donde no sólo se compra, sino se escucha y se conversa.

Las fiestas populares que se realizan en cientos de locales, canchones, centros deportivos, playas de estacionamiento, parques, peñas y lugares especialmente acondicionados para ello, están siendo sostenidos y posibilitados por la radio. Todo lo cual nos habla de un irregular e hipertrófico crecimiento de instituciones organizadoras del consumo popular, y que permiten que las características culturales propias, diferentes de las hegemónicas, puedan existir y reproducirse constantemente. Locutores, cantantes y músicos vinculan la radio con la vida popular, llenando de gritos, estridencias y ternura la Onda Media. Mientras tanto, ellos mismos, circulan en vivo por barrios, pueblos y regiones de todo el país fomentando el intercambio cultural, construyendo vinculaciones, pero hablando con gran emotividad de un Perú profundo, de pobres y humillados, único y verdadero forjador de la nación. Paralelamente, las otras emisoras, las más poderosas, reproducen la industrialización homogeneizadora del disco, despreciando las expresiones nacionales como señal de atraso y artesanalidad. La modernización transnacional es su propuesta. Sin embargo, algunas de ellas comienzan a comprender intuitivamente lo que sucede y lentamente van procesando un cambio en su programación, articulando modelos radiales más coincidentes o cercanos a las culturas populares, aunque el proyecto transnacional, *massmediático*, del disco de producción latinoamericana y norteamericana, continúa existiendo como el prioritario para los grupos dominantes, manteniéndose como alternativa viable para la juventud peruana desconcertada y desubicada de la realidad nacional.

Sobre la base de todos estos conflictos complejizadores de la vida cultural contemporánea la radio se ve comprometida con una tensión entre lo nacional y lo transnacional, entre lo tradicional y lo moderno, entre la homogeneización y las identidades culturales, fomentándose entonces diversas propuestas de producción radial. La porosidad y ductilidad del medio radiofónico posibilitan diversas resoluciones. El medio es así estructurado y procesado por las opciones o respuestas a esta tensión. En primer lugar, ocurre su especialización en públicos concretos, cuyas propuestas culturales se asientan en matrices más o menos específicas, considerando también variables de edades, sexos o territorios. No pretende llegar a todos y las 56 emisoras se dividen los públi-

Mantener la identidad

1985

Rosa María Alfaro

Extracto de *La pugna por la herencia cultural en el radio peruana*

La resistencia cultural así concebida se manifiesta alternante y avanzada, pero todavía paralela al poder. Cuando el oyente selecciona y se encuentra en el amanecer con su música y su palabra, desarrollando sus relaciones de comunicabilidad interna, se sitúa al margen de una radio que orienta el mayor volumen de su producción a la transnacionalización de la cultura. La dejan hacer. Mantener la identidad resulta así una representación simbólica que surge y se alimenta desde el imaginario, donde el deseo de ser diferente y reconocido, vinculándose con el pasado histórico, es asumido en convivencia con el poder, permitiendo que el consenso social y político sea construido, aunque azarosamente y en situación de inseguridad y conflicto. Así, lo cultural es el campo de exteriorización y recomposición permanente y cíclica del deseo y donde la alternativa social es una construcción simbólica potencial. El proyecto nacional y popular que los campesinos dibujan en el uso y el consumo de la radio termina siendo un mensaje y una estructura de significación interna, un discurso callado, un anhelo mítico, un uso social para sí y no un compromiso asumido, ni un proyecto en realización.

La resistencia cultural, el uso y la lectura popular de los medios son respuestas insuficientes para conquistar la hegemonía cultural del país. Los procesos de liberación deberán asumir la definición de sus propios espacios, de sus aportes democráticos a la transformación social, pero también deberán abordar la creación de proyectos políticos definidos y concretos, siendo los sujetos populares sus gestores y ejecutores protagónicos.

Pero ¿importa despejar por qué ese proyecto popular no se ha viabilizado, por qué parece mantenerse aún paralelo y cómplice a la hegemonía cuestionada? Evidentemente, la tendencia localista dominante en los movimientos sociales posibilita ese funcionamiento interpelante, pero no constituye una alternativa política que estructure la transformación. Y por ello, como contraparte de esa capacidad de poder no ejercitado, es que funciona la colaboración con el sistema político. Internamente se transforma cada comunidad y cada grupo almacenando resistencia y desconfianza hacia el poder. La hegemonía no se llega a interiorizar como adhesión. Se apropian de la radio la usan y la hacen suya, pero no van más allá. Los campesinos si bien cuestionan al poder hegemónico y no se suman al consenso simbólico aportando a la profundización de la crisis política, sin embargo no se ven a sí mismos como sujetos reemplazantes, capaces de dirigir la vinculación entre los movimientos y las organizaciones sociales, alrededor de un proyecto político.

Carecemos de modelos alternativos concretos que configuren al pueblo como sujeto protagónico de su liberación; sólo aparecen como afirmaciones utópicas. El movimiento campesino y el urbano hoy se expresan violenta y masivamente, apropiándose de la ciudad, inundando las ondas de las radios de cumbias costeñas, folklore tropical andino y la llamada música vernácula como expresión y goce simbólicos de otro poder deseado, pero aún no construido. La radio no es sólo entonces el espacio de reproducción cultural, sino lugar de esperanza y de transformación para unos y continuismo y evasión para otros. Terreno de reproducción y maximización de los conflictos, donde los usos sociales de los medios determinan su sentido. Pero que hoy se manifiestan como espacio conquistado, como manifestación simbólica de la necesidad de otra conquista mayor, aún en estado de espera.

Alfaro, Rosa María (1985). *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana*. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social. Reproducción autorizada por la autora.

Comunicación popular

1985

Rosa María Alfaro

Extracto de *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana*

La comunicación popular constituye un espacio de lectura de las relaciones sociales que entrecruzan los procesos de explotación y construcción hegemónica de una sociedad, leídas desde la visión de los dominados. Habla del sentido de los movimientos sociales populares y de su relación con el poder.

Alfaro, Rosa María (1985). *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana*. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social. Reproducción autorizada por la autora.

cos. En ese proceso de redefinición cultural también se superponen otras decisiones que provienen de tratamientos políticos diversos, correspondientes al proceso de politización que vive el país. La radio empieza a dejar de ser el medio aséptico neutral, asume su rol político directo y evidente. Las canciones piden, protestan y exigen justicia al modo popular, como también invaden el medio de expresividad que llaman nacional. Y en el nivel de las propuestas, éstas también se formulan. Por ejemplo, atisbos de proyectos neopopulistas se hacen presentes en la radio. Como también los izquierdistas, los que marchan paralelos a ese sentimiento político patriótico más espontáneo, surgido de la radio misma. Estos programas provincianos y tropicales andinos fueron duros y continuos en su protesta contra el crimen de los periodistas en Uchuraccay. Hay locutores y cantantes que se han convertido en verdaderos ideólogos y políticos del texto radial, hablando en nombre de los provincianos en Lima y de la nación que reclaman y necesitan, debiendo inclusive optar por algún frente o partido durante las elecciones. Mientras tanto, la mayoría de los sectores de la burguesía intentan aún proseguir con el modelo del entretenimiento extranjerizante y homogeneizador, cuyos planteamientos ideológicos y políticos se niegan a considerar la lucha por la hegemonía y el consenso social como la única alternativa viable de existir, con poder, en medio de la crisis.

Es decir, las masas hablaron con palabras, música y publicidad a través de la radio, la hicieron asincrónica, estridente e irregular. Y desde allí, a través de sus representantes y de su sintonía, le dieron validez a un hambre de nacionalidad y de lenguaje popular históricamente postergado en el Perú. Desde "abajo", como oyentes primero, y luego como productores, presionaron y conquistaron el espacio radial. Ante esa usurpación, unos la ignoran, otros la critican, y unos cuantos la están hoy utilizando políticamente. Es decir, hoy, recién se empieza a plantear la necesidad de construir una hegemonía cultural en el país. Y ese proceso se define desde la articulación con el pueblo y la nación. El poder descubre que requiere procesar el tránsito de la dominación a la construcción hegemónica, con participación subalterna de las masas. Durante muchas décadas la radio fue el único medio de comunicación que llegaba a todos los pueblos, el más descuidado, mostrando diversas brechas por donde era posible iniciar la conquista. La crisis económica posibilitó aún más ese ascenso. Allí se reflejaron las necesidades populares de gestar su propia visión y promoción cultural, demostrando que la radio ha cumplido un papel fundamental en las expectativas políticas populares. Ha permitido dibujar sonoramente al país, al embrión de una nación. La información noticiosa desempeña un papel de articulador simbólico. La música una manifestación de la cultura nacional andina y mestiza. La locución una dimensión del poder de la palabra imaginado como poder social. Y aunque todos

Cultura popular

1985

Extracto de *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana*

Rosa María Alfaro

La cultura popular es un espacio de reproducción desigual y conflictiva de la realidad social. En ese sentido alberga la reproducción de discursos del poder hegemónico, como también recoge los procesos de resistencia y diferenciación social, desde su cotidianeidad histórica de supervivencia social. Se procesa así una creatividad cultural impregnada de asimilación y lectura del poder como de construcción de su alteralidad contestataria. Pero cuando los procesos de liberación comprometen a los sujetos populares de manera protagónica, desde su identidad y sus ámbitos propios, la producción da paso preferencial a la producción cultural alternativa y popular, desde la cual los proyectos sociales y la educación popular adquieren personería y sentido y se convierten en espacios de producción de las motivaciones y los motores ideológicos del cambio.

Alfaro, Rosa María (1985). *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana.* Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social. Reproducción autorizada por la autora.

estos logros se encuentran en conflicto con otras propuestas transnacionales, la pugna social existe en el campo cultural de manera muy particular en nuestro país, teniendo un peso sobredimensionado respecto del ámbito político oficial, donde la tensión social es más partidaria que masiva.

Los diversos modelos radiales trabajados por emisoras y programas (Alfaro Moreno 1984) expresan esta conflictividad que manifiesta la importancia que los pueblos le dan a la comunicación masiva, como también lo descubrimos en las emisoras provincianas. Es decir, los medios, en especial la radio, no es sólo el lugar del dominador, sino el espacio de confrontación cultural, el lugar de lucha por la hegemonía, no sólo de sujetos sociales diversos, sino de propuestas irregulares y disímiles que pretenden trabajar la representatividad nacional. Toda una red de relaciones comprometida en el hecho de producir y oír radio gestan actividades culturales y económicas extrarradiales. La pluriculturalidad nacional fragmentada, aunque solidarizada, llegó al emisor cambiando su constitución. Los productores y programadores, las promotoras de espectáculos y las disqueras, los artistas y locutores, son los que inician y abren en la radio un nuevo proceso latinoamericano de comunicación de intención contra-hegemónica en una línea que privilegia la importancia de la ciudad. Mientras muchos proyectos políticos plantean el camino de la descentralización como acción de desarrollo o cambio social ineludible, la tendencia de los movimientos culturales radiales más bien nos habla en otro sentido. No se trata de abandonar Lima para promover las regiones del Perú profundo, sino más bien de conquistar Lima para la nación y sólo desde ese camino será posible la reconstrucción nacional. Es decir que la radio se ha venido transformando en un espacio de expresión de propuestas y expectativas políticas que aunque no tengan una formulación concreta y organizada, son el espacio de recepción de los discursos populares en formas culturales nuevas, cuyas matrices son urbanas, pero no niegan las andinas campesinas sino que las incluyen y las desbordan, porque pretenden articular a la nación, sin la negación de "todas las sangres".

La radio es entonces un medio de comunicación donde se reproducen conflictos sociales con definiciones políticas. Ha sido y es ente productor y creador del protagonismo social y cultural de las masas populares, donde lo cultural se hace político y llamada de atención y creación. Allí, confundidos con las propuestas hegemónicas, están las populares aceptándolas y socavándolas, formulando no sólo nuevos embriones de proyectos políticos sino cuestionando la estrechez del espacio político tradicional y la institucionalidad oficial democrática. Sin embargo, esta gran capacidad y riqueza política gestada desde la cultura y la comunicación, es insuficiente, hasta incapaz, para las transformaciones sociales y el ordenamiento del poder. Hacen falta los proyectos políticos que involucren a estos procesos, los que al manifestarse en la vida pública, dan cuenta de sí mismas y nos hacen ver cómo ha cambiado y desarrollado las expectativas y sentidos populares en el Perú. Marginarlos será hoy un imposible o una perspectiva autoritaria.

Las experiencias alternativas de radio que pretenden ser políticas están aún desconectadas de estos movimientos sociales y culturales que comprometen a la nacionalidad, ganando el espacio radial. Al negar su importancia por su compromiso con lo comercial, se está cometiendo un grave error político. Lo alternativo no es aquello que surge de otra entelequia, de un cambio imaginado en el libro, la estadística y la conferencia. La relación con la realidad y los imaginarios populares comprometidos en esta complejidad social es parte de cualquier opción política que quiera sobrepasar el ámbito de los estrechos círculos.

La radio es por lo tanto un lugar estratégico de expresión del cambio social. Hay una experiencia ganada que debemos rescatar, una energía cultural que hay que profundizar y politizar. La conquista de la Palabra Radial debe articularse con los avan-

ces de la organización y la comunicación popular. Sólo así será viable el camino de construcción de la hegemonía cultural nacional y popular, como signo de poder, no sólo en el nivel simbólico, sino como correlato y manifestación de un Poder real y organizado que avanza.

En nuestro país los partidos políticos, los gobiernos centrales y locales, las instituciones sociales de peso, inclusive muchas organizaciones populares, no se han percatado de la importancia de la radio y de los procesos culturales y políticos que allí ocurren. Más aún, lo cultural es considerado como un aspecto social secundario y lejano a lo político. A nuestro entender, las tres investigaciones nos plantean la relevancia de la comunicación como espacio de formulación y de participación de un nuevo sentido de las prácticas democráticas y políticas, realizadas por un amplio sector de los sujetos y los movimientos sociales, que reflejan una vocación política popular.

Vocación que se ha ido desarrollando en el campo del consumo cultural, donde no todo es reproducción del poder, sino creación y demanda de cambio. Acciones, relaciones y discursos que tienen lugar en esta manera particular de convivencia entre lo popular y lo masivo. Pugna cultural por conquistar los resquicios que el gobernante y el empresario no tomaron en cuenta, para de allí aprender y crecer. Formas de participación cultural, en la comunicación, que son caminos de liberación, de encuentro de las culturas con las gentes, de la tradición con la incorporación al progreso, de las interpretaciones del pasado con las del porvenir, de la sensación de humillación reconocida como tal, hacia el orgullo étnico regional y nacional. Es decir, todo un conjunto de enrevesados procesos de participación "desde abajo" que silenciosamente con música y palabras están presionándonos para entender la política como un encuentro de sujetos y aspiraciones, y no sólo de doctrinas y programas. La comunicación emparentada con la cultura nos está permitiendo descubrir que sólo una revolución conceptual y práctica de lo político viabilizará la participación popular en los proyectos llamados políticos.

Bibliografía citada

Alfaro Moreno, Rosa María (1984). "Modelos radiales y proceso de popularización de la radio limeña" en revista *Contratexto*. Perú, Universidad de Lima.

Matos Mar, José. (1984). "Desborde popular y crisis del Estado". Serie *Perú Problema*, Nº 21. Lima, Instituto de Estudios Peruanos.

Educación popular

1985

Extracto de *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana*

Rosa María Alfaro

La comunicación popular, local y masiva, se convierte en un espacio de autoeducación popular e integral, que recoge, admite y reproduce los procesos de protagonismo social y político y articula los movimientos sociales locales. Es apoyo y fuerza moral para cambiar. La educación popular caracteriza al poder popular en formación, garantizando su presencia social en dinámica de avance. Las reglas de juego de la democracia actual, tendrán que ampliar su presencia pública que sólo podrá ser mantenida en una línea de aprendizaje permanente. La educación popular debe preparar al pueblo para este quehacer histórico transformador, desde una definición educativa autogestionaria.

Alfaro, Rosa María (1985). *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana*. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social. Reproducción autorizada por la autora.

Alfaro, Rosa María (1985). *La pugna por la herencia cultural en la radio peruana*. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social. Reproducción autorizada por la autora.

El desarrollo centrado en las personas y la investigación participativa

L. David Brown

1985

Las teorías y estrategias del desarrollo se han centrado históricamente en la expansión de los recursos físicos y económicos (Nugent y Yotopoulos 1984). Más recientemente, los teóricos han desafiado este acento excesivamente puesto en la producción desde una variedad de perspectivas (Lehmann 1979). Los defensores del "desarrollo centrado en las personas" han enfatizado el desarrollo humano, la distribución equitativa de recursos y la sostenibilidad ecológica a largo plazo como las preocupaciones medulares de las estrategias de desarrollo (Gran 1983, Korten y Klaus 1984). Las herramientas de este tipo de desarrollo contrastan marcadamente con las del desarrollo centrado en la producción: autorregulación organizativa en lugar de regulación por mandato jerárquico; aprendizaje social interactivo en lugar de investigación social positivista dominada por expertos; y, los análisis políticos y económicos que tratan a las personas y entornos como preocupaciones principales en lugar de secundarias (Korten 1984).

Las estrategias centradas en las personas asignan un alto valor al desarrollo de los recursos humanos y los sistemas sociales. La educación es el eje potencial de su planificación e implementación. Aunque la educación ha sido una consideración importante en las estrategias de desarrollo de muchos países desde hace años, su récord como catalizador del desarrollo es disparejo en el mejor de los casos. Se esperaba que las inversiones en sistemas educativos formales impulsaran un desarrollo económico rápido, fomentaran las distribuciones equitativas de recursos y proporcionaran la base humana para el desarrollo político y social, además del desarrollo económico. Los resultados reales han sido decepcionantes. Una mayor educación formal no ha venido acompañada de una mayor producción económica (Walters 1981) y parece ser bastante irrelevante respecto de la reducción de las desigualdades económicas (Fry 1981). Un sistema educativo formal aparece más como una consecuencia que como una causa de las economías políticas en las que se desenvuelve, una variable dependiente antes que independiente (Bowles 1980).

Estos resultados han planteado serios cuestionamientos respecto del papel que la educación y los educadores desempeñan en la tarea del desarrollo (Simmons 1980). Por ejemplo, si los sistemas educativos en expansión —ampliamente emprendidos en las últimas dos décadas— no tienen los efectos previstos en el desarrollo, ¿cómo puede un renovado énfasis en expandir los recursos humanos ser una estrategia verosímil de desarrollo? La respuesta, para muchos, es que la educación no contribuirá mucho al desarrollo centrado en las personas si no difiere fundamentalmente de la educación formal del pasado.

La educación formal en la mayoría de los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, ha surgido de una lógica centrada en la producción, y prepara a los alumnos para trabajar en organizaciones jerárquicas, enseña los principios y métodos de la investigación científica física, y pone el acento en las técnicas y las habilidades en lugar de en las consecuencias humanas o ecológicas de las decisiones (Bowles 1980, Korten 1984). En contraste, el desarrollo centrado en las personas requiere de procesos educativos en los que se fomentan las organizaciones que se autorregulan, el aprendizaje interactivo que empodera tanto a los

estudiantes como a los maestros, y las decisiones que contribuyen al desarrollo humano y la sostenibilidad ecológica, además de la productividad económica. La investigación participativa es un proceso de aprendizaje centrado en las personas que puede transformar los modos locales de concienciación, igualar la distribución del poder y de los recursos, e incrementar la participación en la actividad del desarrollo.

La investigación participativa: descripción y un ejemplo

La investigación participativa ha surgido de trabajar con pueblos oprimidos en muchas zonas en vías de desarrollo. Paulo Freire y sus colegas en América Latina, por ejemplo, han ideado conceptos influyentes respecto de la educación para adultos y la "concientización" de los pobres urbanos y rurales al estimular entre los adultos un análisis crítico de las causas de su impotencia y empobrecimiento (Freire 1970/1983; 1974/1980). Se han elaborado principios de investigación similares en proyectos en África y Asia (Hall 1981), aunque la falta de canales de comunicación y las oportunidades limitadas de contacto entre los investigadores han retardado el reconocimiento de los conceptos y métodos que tienen en común.

La investigación participativa reúne a los investigadores externos y los participantes locales en una indagación, educación y acción conjunta respecto de problemas de interés mutuo. Idealmente, todos los participantes se convierten en alumnos: comparten el control del proceso de investigación, se comprometen con una acción constructiva en lugar de tomar distancia de ella, su participación fomenta el empoderamiento así como la comprensión (Hall). Los investigadores externos que emprenden proyectos de investigación participativa se unen a los participantes locales para definir los problemas, diseñar métodos de recopilación de datos, analizar los resultados y utilizar los resultados de la investigación. Comprometerse con los intereses de los participantes locales a menudo exige desafiar las condiciones de opresión política y social, de modo que los investigadores externos frecuentemente adoptan las posiciones políticas de sus colegas locales.

La investigación participativa se asemeja a la tradición más antigua de investigación-acción, donde se combinan los esfuerzos por resolver problemas sociales y organizativos específicos con los esfuerzos por desarrollar un entendimiento más general (Passmore y Friedlander 1982, Sanford 1970). La investigación participativa, como la investigación-acción, a veces sacrifica un control riguroso en favor de la utilidad pragmática (Susman y Evered 1978). Sin embargo, a diferencia de la investigación-acción, la investigación participativa se centra en los actores (los grupos oprimidos), los temas (los conflictos con quienes detentan el poder) y los valores y la ideología (empoderamiento, equidad y autosuficiencia) opuestos a las fuerzas dominantes de la sociedad (Brown y Tandon 1983). La investigación participativa puede cambiar el modo en que entienden las cosas tanto los investigadores externos como los participantes locales, así como catalizar los cambios en las actividades de ambas partes. Potencialmente, la investigación participativa puede producir una educación mutua, nuevos conocimientos y soluciones a problemas específicos.

El ejemplo siguiente ilustra algunas de las características de los proyectos de investigación participativa (Tandon 1981, Tandon y Brown 1981). Una organización privada de voluntarios comprometida con el desarrollo rural en la India había dictado talleres para los dirigentes de grupos campesinos durante varios años. En colaboración con investigadores externos, esta organización patrocinó varios talleres de investigación participativa orientados a que los campesinos organizados resuelvan los problemas locales en sus aldeas rurales. Los talleres empezaban por hacer preguntas (por ejemplo, ¿por qué ustedes son pobres?). Al comienzo hubo escasa respuesta —un silencio de cinco minutos siguió a la primera pregunta— ya que los participantes no tenían experiencia alguna en este tipo de diálogo y les intimidaba el estatus de los foráneos. Los investigadores se sentían incómodos por distintos motivos: los foráneos y los campesinos vivían juntos en igualdad de condiciones durante el taller, y los investigadores se sentían desorientados por la ausencia de servicios a los que estaban acostumbrados: inodoros, agua corriente y sillas.

Los talleres anteriores habían ofrecido a los dirigentes de los grupos campesinos de las aldeas información para mejorar el rendimiento y la calidad de los cultivos, pero habían producido relativamente pocos cambios. Los campesinos casi nunca aprovechaban la nueva información y no trabajaban en grupo ni siquiera en proyectos de interés común. La investigación participativa difería de los proyectos anteriores de varias maneras: el diálogo alentaba a los participantes a tomar iniciativas de análisis, las discusiones aclaraban las concordancias y las preocupaciones comunes de los participantes, y los ejercicios de resolución de problemas exigían que los participantes trabajaran colectivamente, de modo que aprendían mediante la experiencia las habilidades necesarias para una acción colectiva. Juntos, los aldeanos y los foráneos desarrollaron un mejor entendimiento de los problemas de la aldea y debatieron las estrategias para afrontar aquellos que, en opinión del grupo, eran de alta prioridad.

Los resultados de los talleres de investigación participativa se evaluaron en visitas de seguimiento a las aldeas y mediante un análisis sistemático de los diarios llevados por los dirigentes de los grupos campesinos. El nivel de las iniciativas de resolución de problemas tomadas por los grupos participantes mejoró notoriamente en relación con el desempeño anterior y especialmente en comparación con los grupos de otras aldeas. Por ejemplo, los grupos participantes iniciaron escuelas locales, aumentaron el índice de matrículas escolares y eligieron nuevos representantes para los gobiernos locales. Los pobladores de otras aldeas observaron el éxito de los grupos participantes y empezaron a emularlos. La organización decidió capacitar al resto de su personal en habilidades de investigación participativa a fin de extender los impactos del proyecto a otras aldeas.

Este proyecto en particular requería de investigadores foráneos capacitados en aprendizaje empírico, fortalecimiento de organizaciones e investigación participativa. En pocos meses, los participantes de los talleres tomaron mayor conciencia de sus situaciones y adoptaron un comportamiento más activo en términos de cambiarlas. Los grupos campesinos organizaron coaliciones con aldeas vecinas para elegir representantes al gobierno, e iniciativas grupales similares empezaron posteriormente en otras aldeas. La organización que patrocinaba el experimento participativo decidió modificar la metodología básica de sus talleres para enfatizar la investigación participativa en otros lugares. Este patrón de extender las iniciativas y la actividad autosuficiente enraizadas en las necesidades locales es un ejemplo de la contribución potencial de la investigación participativa al desarrollo centrado en las personas.

Implicaciones de la investigación participativa

La investigación participativa difiere en forma apreciable de otras tradiciones de indagación, educación y acción. En esta sección se identifican algunas diferencias ilustrativas y sus implicaciones.

La investigación participativa como indagación

Este caso de investigación participativa en la India se centró primero en entender las circunstancias de los participantes locales y luego en usar ese entendimiento para planificar estrategias de mejora. Mientras conducían la investigación, los foráneos aprendieron de los campesinos acerca de la vida en las aldeas, y los campesinos adquirieron, de

los foráneos, destrezas de organización y acción. Cada uno aprendió a trabajar eficazmente con el otro y a entender las iniciativas que podrían tomar los grupos aldeanos para cambiar su situación. El proceso produjo soluciones a problemas inmediatos que enfrentaban (¿cómo hacer para que la aldea tenga una escuela?) y suministró información pertinente para contestar las preguntas teóricas de los foráneos (¿puede el aprendizaje basado en la experiencia ayudar a los pequeños agricultores a organizarse?).

Este proyecto refleja las diferencias importantes entre las metas y procedimientos de la investigación participativa y las de la tradición positivista predominante en las ciencias sociales estadounidenses. La investigación positivista procura elaborar una red de leyes generales para explicar los fenómenos sociales. Los investigadores positivistas tratan de asegurar la validez de sus hallazgos mediante un control cuidadoso del diseño de la investigación, del análisis de los datos y del impacto de los valores del investigador en los fenómenos, a fin de reducir al máximo la ambigüedad de sus conclusiones o la trascendencia de explicaciones antagónicas (Gergen 1982, Susman y Evered).

En contraste, la investigación participativa se centra en explicar los casos individuales. Los participantes de las aldeas indias están menos interesados que los investigadores foráneos en elaborar leyes generales, especialmente si éstas no son relevantes para comprender y mejorar su propia situación. Un control compartido del proceso de investigación alienta a los participantes locales a analizar los problemas en términos inteligibles para ellos. Es comprensible que valoren las teorías que ofrezcan una explicación, predicción y control de los sucesos locales más que las que sacrifican la aplicabilidad local en favor de una validez general. Por lo tanto, la investigación participativa tiene un sesgo ideográfico y pragmático que infringe muchos de los supuestos de las ciencias sociales positivistas (Susman y Evered).

Los investigadores participativos a menudo rompen con los procedimientos y restricciones que los positivistas buscan para validar sus hallazgos. El control del diseño de la investigación frecuentemente se ve limitado por la tolerancia de los participantes locales, la presión de los acontecimientos externos y la falta de disponibilidad de la información [...]. Más aún, los análisis estadísticos complejos requieren de conocimientos y recursos que a menudo no están disponibles ni son reconocidos como útiles por los participantes locales. La objetividad del investigador con frecuencia es difícil o imposible de mantener frente a las opciones explícitamente cargadas de valores necesarias para establecer una comunidad de intereses con los participantes locales, para implementar la tradición de la investigación participativa de compromiso explícito con los grupos oprimidos y para emprender una acción constructiva sobre la base de los hallazgos de la investigación. Esto no significa que las normas de validez no sean aplicables a la investigación participativa: los hallazgos de la investigación participativa bien pueden cumplir con los criterios de "validez del patrón" usados por los investigadores clínicos y antropológicos (Diesing 1978) o la "lógica heurística" correspondiente a los sistemas complejos e inciertos. Pero estas normas podrían no satisfacer a quienes creen firmemente en los criterios positivistas.

Estas diferencias podrían separar irrevocablemente a la investigación participativa de las demás tradiciones de las ciencias sociales; la investigación participativa podría no ser "ciencia" según los criterios positivistas. Pero, tal como han señalado Susman y Evered, existen bases epistemológicas distintas del positivismo que pueden sostener la indagación, y la ciencia positivista no ha proporcionado una base fructífera para la acción del desarrollo en muchos contextos. Muchos teóricos del desarrollo centrado en las personas alegan que la ciencia social positivista es parte del problema; no reconocer que la investigación forma parte del sistema socava la utilidad de la indagación para fomentar el desarrollo (Ackoff 1977, Dunn 1971, Korten 1984). Puede que la investigación participativa no sea buena ciencia social en términos positivistas, pero posiblemente sea mejor que la ciencia social positivista para muchos de los propósitos del desarrollo.

La investigación participativa como educación

El poderoso proceso de aprendizaje basado en la experiencia de los proyectos de investigación participativa en la India reorientó las ideas y actitudes de los investigadores foráneos y de los participantes locales. La investigación participativa difiere considerablemente de la educación formal, tanto en contenido como en proceso.

Los programas de estudios de la educación formal a menudo son diseñados por expertos en áreas de contenido, se planifican con bastante anticipación, se estandarizan para las diversas regiones, y se adoptan y diseminan a través de burocracias centralizadas. El *contenido* del aprendizaje en la investigación participativa, sin embargo, rara vez se puede planificar o predecir en detalle para muchos proyectos. A menudo, es el resultado de una negociación entre los participantes locales y los investigadores para adecuarlo a los problemas locales específicos. A algunos aldeanos indios les preocupaban los recursos educacionales; otros querían representación en los gobiernos locales; y otros, aún, querían recibir mejores servicios de los funcionarios del gobierno. Los temas de educación variarán en la investigación participativa según los intereses locales y una capacitación estandarizada en materia de los contenidos para investigadores/educadores participativos rara vez cubrirá todos los temas que podrían ser importantes para los participantes locales. Tal diversidad de intereses también dificulta una organización y un control centralizados del contenido. Esperar hasta recibir la conformidad central con los cambios en los programas de estudios debilitaría el interés local y la motivación del investigador respecto de los proyectos de investigación participativa.

La investigación participativa también implica un *proceso* educativo distinto del de la educación formal. La investigación participativa demanda que los adultos sean participantes y alumnos interdependientes, mientras que la educación formal por lo general supone el control del maestro sobre los alumnos jóvenes y dependientes. Una investigación participativa exitosa se basa más a menudo en debates bidireccionales que en la comunicación unidireccional de maestro a alumno, propia de la pedagogía tradicional. Los foráneos y los participantes locales pueden enseñarse unos a otros acerca de métodos de investigación o de las condiciones locales. Sin embargo, en términos más generales la investigación participativa es un proceso interactivo muy diferente de los patrones de instrucción de la educación formal. Implica una responsabilidad de aprendizaje compartida en lugar de maestros activos y alumnos pasivos. Fue difícil que los campesinos que participaron en los talleres en la India adoptaran el aprendizaje interactivo, porque ellos esperaban recibir clases en lugar de participar en debates. Pero una vez que arrancó, la participación dio rienda suelta a la energía de los campesinos y sentó las bases para que los grupos de las aldeas iniciaran posteriormente proyectos independientes.

La investigación participativa exige habilidades inusuales a los investigadores/educadores. Los investigadores necesitan menos conocimiento de los contenidos —matemáticas o historia— y más habilidades para facilitar la resolución general de problemas, tales como conducción de reuniones, obtención de información, organización del trabajo o planificación de actividades. Estas estrategias de investigación también exigen cambios en la estructura y administración de las organizaciones educativas. Las organizaciones centralizadas, formalizadas y estandarizadas pueden ser apropiadas para comunicar programas de estudios bien definidos y ejecutados regularmente, pero una organización burocrática de la investigación participativa podría estrangular rápidamente el compromiso

con los problemas locales y el surgimiento de soluciones locales innovadoras a los problemas (Korten 1980).

La investigación participativa como intervención organizativa

Las innovaciones organizativas de los participantes y los investigadores pueden catalizar los cambios en términos de desarrollo. En las aldeas indias, los grupos campesinos emprendieron acciones que repercutieron en la educación local, la movilización y representación política, y en la influencia frente a los organismos del gobierno. El proyecto generó combinaciones organizativas nuevas que vincularon a los aldeanos entre sí y con el mundo exterior (Tandon y Brown 1981). La consolidación de relaciones entre participantes e investigadores que devengan en acciones no es fácil; normalmente, viven en mundos muy distintos. En los proyectos en la India, lograr una confianza e influencia mutua exigió valentía y perseverancia de parte tanto de los investigadores cuanto de los participantes locales. Las relaciones cooperativas pueden combinar los recursos externos (información sobre planes nacionales y regionales, métodos para aprender acerca de los problemas locales o estrategias organizativas para el trabajo colectivo) con los recursos locales (información acerca de los problemas locales, el compromiso de entender opciones nuevas y la energía y habilidad para resolver problemas). La interacción con investigadores foráneos proporciona a los participantes locales conexiones con un sistema más grande al vincularlos con fuentes antes inexploradas de información y alianzas externas, mientras que la interacción con los participantes locales proporciona a los investigadores acceso a información y percepciones sobre las acciones colectivas locales. Los grupos participantes en el proyecto de la India negociaron alianzas con aldeas vecinas para elegir representantes para los gobiernos locales, pero dependían de los investigadores para el contacto con organismos y el acercamiento a temas de mayor alcance.

Las intervenciones que surgen de la investigación participativa se generan y seleccionan localmente y pertenecen a los participantes locales. En el proyecto de la India los grupos de las aldeas definieron los problemas, analizaron las soluciones alternativas, eligieron las estrategias de acción e implementaron los planes. Aprendieron a organizarse para emprender la acción y tomaron conciencia de los beneficios que podía generar la acción colectiva. La investigación participativa puede favorecer nuevos agentes de intervención para el desarrollo, constituidos por los grupos participantes conscientes de las distintas posibilidades, capacitados en organización y planificación y con experiencia en emprender acciones que dan resultado. Estos proyectos locales pueden tener efectos posteriores: existen indicadores de que aldeas no incluidas en los proyectos en la India también aprendieron de los grupos participantes lo que es la acción colectiva y se organizaron para emprender sus propias iniciativas. La investigación participativa desarrolla organizaciones —no sólo conocimientos y personas educadas— que conectan a los participantes a un mundo más grande y los empodera para actuar más eficazmente a nivel local.

Resumen

La investigación participativa ofrece una estrategia para la educación, la investigación y la organización local, que concuerda con los supuestos del desarrollo centrado en las personas. Fomenta la indagación centrada en problemas locales y preocupaciones pragmáticas, imparte una educación que fomenta las actitudes activistas y la acción colectiva informal, y desarrolla organizaciones que posibilitan una acción local cohesiva y vinculan a los grupos locales al contexto político y económico más amplio.

La investigación participativa es una microestrategia con mayor relevancia en el ámbito de la movilización y el desarrollo a nivel local, pero el contexto mayor de los patrones políticos, económicos y culturales puede facilitar o impedir este tipo de investigación. En sistemas políticamente centralizados y económicamente concentrados, por ejemplo, la investigación participativa puede ser una amenaza para los poderosos intereses establecidos. Los grupos locales movilizados podrían desafiar arreglos que, en su percepción, concentran ilegítimamente el poder y la riqueza en pocas manos. Los sucesos y las fuerzas contextuales pueden impedir o incluso aplastar las actividades de investigación participativa. Aunque no es una panacea, ésta puede ofrecer una herramienta prometedora para fomentar el desarrollo centrado en las personas en sistemas políticos y económicos que alientan el empoderamiento local.

Bibliografía citada

Ackoff, R. L. (1975). "National Development Planning Revisited" en *Operations Research*, 25.

Bowles, S. (1980). "Education, Class Conflict, and Uneven Development" en Simmons, J. L. (ed.) *The Education Dilemma*. Oxford, England, Pergamon.

Brown, C. C. y Tandon, R. (1983). "Ideology and Political Economy in Inquiry: Action Research and Participatory Research" en *Journal of Applied Behavioral Science*, 19.

Diesing, P. (1971). *Patterns of Discovery in the Social Sciences*. Chicago, Aldine-Atherton.

Dunn, D. E. (1971). *Economics and Social Development: A Process of Social Learning*. Baltimore, Johns Hopkins University Press.

Freire, P. (1983). *Pedagogy of the Oppressed*. New York, Continuum.

Freire, P. (1980). *Education for Critical Consciousness*. New York, Continuum.

Fry, G. W. (1981). "Schooling, Development and Inequality: Old Myths and New Realities" en *Harvard Educational Review*, 51.

Gran, G. (1983). *Development by People: Citizen Construction of a Just World*. New York, Praeger.

Gergen, K. J. (1982). *Toward Transformation in Social Knowledge*. New York, Springer-Verlag.

Hall, B. L. (1981). "Participatory Research, Popular Knowledge, and Power: A Personal Reflection" en *Convergence*, 13.

Korten, D. (1980). "Community Organization and Rural Development: A Learning Process Approach" en *Public Administration Review*, 40.

Korten, D. (1984). "People-Centered Development: Toward a Framework" en Korten, D. y Klauss, R. (eds.) *People-Centered Development: Contributions Toward Theory and Planning Frameworks*. West Hartford, Connecticut, Kumarian.

Korten, D. y Klauss, R. (eds.) (1984). *People-Centered Development: Contributions Toward Theory and Planning Frameworks*. West Hartford, Connecticut, Kumarian.

Lehmann, D. (1979). *Development Theory: Four Critical Studies*. London, Frank Cass and Co.

Nugent, J. B., y Yotopoulos, P. A. (1984). "Orthodox Development Economics Versus the Dynamics of Concentration and Marginalization" en Korten, D. y Klauss, R. (eds.). Ob. cit.

Sanford, N. (1970). "Whatever Happened to Action Research?" en *Journal of Social Issues*, 26.

Simmons, J. L. (ed.) (1980). *The Education Dilemma: Policy Issues for Developing Countries in the 1980s*. Oxford, Pergamon Press.

Susman, G. I. y Evered, R. D. (1978). "An Assessment of the Scientific Merits of Action Research" en *Administrative Science Quarterly*, 23.

Tandon, R. (1981). "Dialogue as Inquiry and Intervention" en Reason, P. y Rowan, J. (eds.) *Human Inquiry: A Sourcebook of New Paradigm Research*. New York, Wiley.

Tandon, R., y Brown, L. D. (1981). "Organization-Building for Rural Development: An Experiment in India" en *Journal of Applied Behavioral Science*, 17.

Walters, P. B. (1981). "Educational Change and National Economic Development" en *Harvard Educational Review*, 51.

Brown, L. David (1985). "People-Centered Development and Participatory Research" en *Harvard Educational Review*, Vol. 55. Cambridge, The President and Fellows of Harvard College. Reproducción autorizada por el autor.

Para no repetir la historia

Extracto de *Más allá de mitos modernizantes y modismos maniqueístas*

Eduardo Contreras

La década del sesenta fue indudablemente la época dorada de las comunicaciones para la modernización, es decir para postular el rol crítico que la comunicación, y en especial la de masas, podría jugar o de hecho parecía estar jugando en el desarrollo de las que aún eran llamadas sociedades subdesarrolladas o tradicionales. Carente de una tradición teórica propia que le permitiese entenderse dentro de su contexto social, la comunicación se amparó bajo el manto de la teoría de la modernización. Dos obras clásicas, *The Passing of Traditional Societies* de Daniel Lerner (1958) y *Mass Media and National Development* de Wilbur Schramm (1964) fijaron un tono esencialmente optimista: las comunicaciones acelerarían el tránsito hacia la modernidad. Específicamente en el área rural, tal teoría pareció operacionalizarse en el difusionismo. Las políticas y prácticas de comunicación pro-desarrollo quedaron tan prisioneras de los supuestos de esta tradición como antes se habían envanecido a nivel más macro, con el espectacular papel que la primitiva teoría de la modernización les ofrecía.

¿Qué podía ofrecer en general, la comunicación de masas? De inicio, obviamente, la capacidad para llegar a muchos rápidamente y con el mismo mensaje. Si no existía esa capacidad en un país, debía crearse a través de la expansión de las facilidades de comunicación (véase, por ejemplo, los requerimientos mínimos que la UNESCO establecía para número de radios o periódicos por mil habitantes). Lo que efectivamente se necesitaba eran audiencias. La gente tenía que recibir información sobre el sistema (en muchos casos, como en África, sobre la emergencia y constitución del propio estado-nación) y sobre los roles que de las personas se esperaba y demandaba. Tenían que ser socializadas en nuevas formas de vida, capacitadas en nuevas habilidades y transformadas desde sus muy arraigadas costumbres, creencias y valores tradicionales. Había que proponer nuevos valores, disgregar a las fuerzas antimodernizantes, desarrollar nuevas lealtades políticas, reformular o estimular aspiraciones y expectativas.

En suma, el sistema social tenía que comunicar valores e información requeridos a fin de que la gente pudiera satisfacer las demandas de roles que una sociedad moderna en emergencia debía solicitar de sus integrantes.

Un supuesto crítico en esta perspectiva optimista era que el contenido de los medios de comunicación es, por definición, modernizante. Independientemente de cualquier mensaje específico, los medios serían un insumo moderno dentro del contexto de una sociedad tradicional. No cabe duda de que desde entonces hasta hoy hemos logrado al menos una comprensión mucho más sofisticada de la significación social de medios y mensajes y de las diferentes producciones de sentido.

Ahora bien, respecto del área rural, y dentro de la vieja óptica, hubo contenidos modernizantes específicos, relativos a difusión de innovaciones agrícolas. Sobre ello hay una cantidad de estudios empíricos inscritos en esa tradición. La obra seminal es la de Everett Rogers (1962), *Diffusion of Innovations* que recoge una parte importante de las críticas habidas desde su primera edición (Díaz-Bordenave 1984).

Detengámonos en la cuestión del difusionismo, ya que explícita o implícitamente las estrategias difusionistas o extensionistas aún dominan parte importante del quehacer comunicativo para el desarrollo, y no solamente en el área rural. Además, nos provee de interesantes lecciones.

Benno Galjart ya en 1971 sostenía que la dicotomía tradicional-moderno no ha podido explicar el desarrollo agrícola en los países más pobres y proponía tres factores que serían apropiados para dicha comprensión: ignorancia, falta de deseo e incapacidad. La ignorancia se refiere a la falta de conocimiento: el agricultor no sabe de la innovación, o si tiene cierta conciencia de ella, no domina el "cómo" (*know-how*). La falta de deseo no implica ignorancia o una incapacidad para innovar, sino la presencia

Extracto de

1985

Nora C. Quebral

¿Comunicación del gobierno o comunicación de las personas?

Dar a las personas los medios para obtener servicios y bienes materiales sostienen sus vidas mientras sigan impotentes para cambiar las condiciones opresivas. Los planes nacionales que indican hacia dónde quiere ir un país, y cómo piensa llegar allí, son anuncios de intención. Las políticas pueden crear un entorno más benigno para que los planes tengan más oportunidad de éxito. Pero si hay algo que hemos aprendido de las últimas décadas es que el gobierno y los organismos de desarrollo pueden proponer pero, en fin de cuentas, son las personas las que disponen. Por más pobres que sean, cuando se trata de asuntos que les afecta personalmente, siguen siendo agentes activos y, en algún momento, terminan por optar. El gobierno puede pensar que lo hacen equivocada o correctamente, pero ellas decidirán si aceptan una política pública, si la repudian, si la modifican o si van a actuar por cuenta propia.

Esto, realistamente, significa que los gobiernos nunca han tenido un control total del progreso del desarrollo de sus ciudadanos. De hecho, su papel, idealmente, debería disminuir a medida que los ciudadanos adquieren la capacidad de administrar mejor sus vidas. Pueden brindar su apoyo proporcionando información, recursos y oportunidades que las personas no pueden obtener individualmente; pueden crear un ambiente favorable en el que las personas pueden abrir sus alas. Pero, en cuanto al desarrollo visto como el crecimiento de la capacidad de las personas de mejorar sus propias vidas y las de otros con los medios a su alcance, existe una línea que los gobiernos no tienen la autoridad moral ni el poder real para cruzar. A fin de cuentas, en el desarrollo, como muchos ya lo han dicho antes, las personas se desarrollan a sí mismas. El gobierno, como instrumento de la sociedad, sólo puede hacer que esto suceda más rápido.

Si se percibe el desarrollo de esta manera, las políticas más sensatas que puede adoptar un gobierno son las que permiten que sus ciudadanos aprendan creativamente de sus experiencias y las de otros, y que dichas políticas se encarguen de cubrir las necesidades básicas. Entonces, el desarrollo se convierte en un aprendizaje continuo para todos durante toda la vida. La participación no es un privilegio otorgado por un gobierno tolerante, sino un elemento ineludible del proceso. De modo similar, los valores de autosuficiencia, iniciativa y discernimiento crítico forman parte intrínseca del producto consiguiente. Que el gobierno de un país en vías de desarrollo pretenda, entonces, que sus ciudadanos-aprendices se conformen pasivamente, asientan sin pensar o acepten sin cuestionar, es contradecirse a sí mismo.

Si se ve al desarrollo como aprendizaje participativo, la comunicación asociada a él no puede ser menos participativa o educativa, tanto en sus fines como en sus medios. Ésa es la lógica detrás de los proyectos actuales para hacer que los pobladores hagan presentaciones de diapositivas o programas de vídeo que transmiten la esencia de su situación al mundo fuera de sus comunidades. Si se guía apropiadamente, la experiencia expande su conciencia acerca de sus propios problemas y los ayuda a aclarar sus opciones. También aporta a sus habilidades de comunicación, con lo que se les da un poco más de confianza en sí mismos. El único problema es: ¿De cuál de sus actividades para conseguir comida y otras necesidades roban tiempo valioso para producir un manifiesto en forma de una presentación de diapositivas?

Quebral, Nora C. (1985). "¿Comunicación del gobierno o comunicación de las personas?". Ponencia presentada en el seminario de BERNAMA-AMIC sobre Retos de Comunicación en Asia. Kuala Lumpur, Malasia. Reproducción autorizada por la autora.

de valores o actitudes que impiden la innovación. Si el primer elemento se resuelve con información, el segundo apunta más directamente a lo que usualmente se han denominado las barreras culturales a la modernización.

En buena medida, la mezcla de estos dos factores inundó las nociones del agricultor tradicional y posibilitó plantear estrategias particulares de intervención. Puede verse fácilmente que así restringido el problema, éste puede reducirse al nivel individual: un agricultor que carece de información y cuyas actitudes no son favorables al cambio.

Quizá por el hecho de que el difusionismo tomó prestado mucho de la evidencia y de las interpretaciones desarrolladas en y para un ámbito rural muy particular (el de los EE.UU.), se le puso poca atención a los rasgos estructurales de los contextos rurales tradicionales que limitaban una aproximación comunicativa para sobrepasar las barreras al modernismo. El tercer factor de Galjart, la incapacidad, se refiere precisamente a esas barreras. Al nivel individual, significa que el agricultor no puede cambiar, aunque sepa lo que podría hacerse y desee hacerlo, debido a limitaciones situacionales. Este factor de incapacidad ha pasado en general desapercibido en la investigación sobre difusionismo.

La pregunta era: ¿quiénes son los que innovan primero?, en vez de: ¿cuáles son las consecuencias sociales de un proceso de difusión que opera tal como lo predice el modelo? En términos de políticas, la primera pregunta era la más importante. Había necesidad de identificar un punto de ingreso al sector tradicional. Así, se estudian cuidadosa y exhaustivamente las características de los adoptadores iniciales (innovadores), a fin de proporcionar pautas para preocupaciones eminentemente prácticas y urgentes. Así también se estudian los canales de comunicación que parecen los más adecuados para ellos (Rogers, E. y Shoemaker, L. (1971).

Lecciones

Esta discusión sobre difusionismo tiene un valor más que anecdótico. En primer lugar, es precisamente a través del estudio particularizado de intervenciones comunicativas como uno va descubriendo no sólo las estrategias puestas en juego y sus consecuencias, sino también los supuestos comunicacionales y sociales subyacentes y hasta una ideología de la comunicación como factor determinante de la transformación social. Incidentalmente, muchos proyectos redencionistas de comunicación popular o de investigación participativa recientes reiteran valoraciones míticas y descontextualizadas de la comunicación y/o de la participación.

Teóricamente, y a un nivel adecuado de abstracción, la comunicación podría considerarse como el proceso social fundamental. Pero no puede haber un reduccionismo teórico ingenuo, desde una afirmación de cierta validez genérica, hacia una consideración de procesos comunicativos específicos que operan bajo restricciones sociales específicas y para los cuales se espera un rol importante para el desarrollo. Si no se consideran precisamente esos factores "particularistas" de historia y estructura, el rol pro-desarrollo de la comunicación se sobreenfatiza inadecuadamente y, además, queda así sobresimplificado.

Otra lección es que para entender el potencial de la comunicación se debe partir necesariamente con un examen serio del contexto social bajo el cual se espera que opere "la" comunicación. Es decir, antes de acusar a la comunicación —en rigor, al proceso comunicativo específico puesto en juego— de no hacer lo que en verdad no podía hacer, o de poseer expectativas inadecuadas sobre su potencial, se debería examinar cuidadosamente no sólo el contexto microsocial sino también las relaciones que vinculan al sistema de comunicación con el sistema macrosocial del cual es parte. La comunicación desempeña importantes funciones para la sociedad mayor, y es de esta sociedad desde la cual se establecen los límites para la comunicación.

Bajo las teorías de modernización y difusionismo, en tanto teóricamente no se había considerado adecuadamente el contexto mayor, no existía la noción de un contexto social lleno de restricciones y obstáculos estructurales para las intervenciones comunicativas. Esas intervenciones tenían así la marca de un profundo psicologismo e individualismo; es decir, se creía que cambiando actitudes, valores y creencias tradicionales del individuo se iba a lograr un efecto de desarrollo; se pensaba que proveyendo de información donde ella faltaba se lograrían los efectos deseados. Si el problema es así conceptualizado, la solución es —lógicamente— comunicacional: transmitir información, modificar actitudes y creencias, etc.

Hay un aspecto adicional por resaltar, dado que nadie objetaría con seriedad hacer un análisis del contexto social de la comunicación. Tiene que ver con el hecho de que hay que teorizar, de que hay que desarrollar un modelo de sociedad que de algún modo refleje los rasgos esenciales de las complejas realidades que se trata de comprender. La comunicación, como un campo relativamente joven, fundamentalmente se ha prestado de otras disciplinas paradigmas de sociedad. Así como parte del campo de la comunicación se apoyó fuertemente en una base psicologista, también la comunicación para el desarrollo tomó el paradigma clásico de la modernización muy literalmente, como atajo para la comprensión del contexto social y para su inserción en la supuesta direccionalidad del proceso de transición al modernismo. La crisis del paradigma de la modernización no fue causada por las frustraciones de los comunicadores, pero la situación obligó a los investigadores de la comunicación a buscar en otros lugares.

No obstante, por importante que sea buscar nuevas conceptualizaciones de la sociedad y de la comunicación, es necesario preocuparse también de las implicaciones para políticas; es decir, qué es lo que se puede hacer hoy que sea posible y valedero a la luz de orientaciones valóricas e ideológicas y de la imagen de la sociedad que uno tenga.

Así, por ejemplo, una perspectiva más fructífera para estrategias de comunicación bajo restricciones estructurales es aprender a trabajar bajo ellas, y a trabajar con eficiencia y efectividad. Una tarea, por tanto, es de tipo externa y tiene que ver con diagnósticos y pronósticos acertados de las condiciones sociales que afectan a las actividades, proyectos y políticas de comunicación. La otra tarea es interna y tiene que ver con maximizar la eficiencia de las estrategias de comunicación, y como comunicadores habrá que insistir, contra el facilismo y el espontaneísmo, que la tarea de implementar estrategias pertinentes de comunicación para o con sectores populares no es un desafío menor que el de encontrar caminos de salida a las propias restricciones estructurales societales mediante estrategias políticas.

Otra lección posible: es interesante observar cómo en el difusionismo se entremezclan lo teórico y lo práctico. No es una teoría ausentista, o sólo preocupada por ver y comprender: busca sobre todo intervenir en la realidad que analiza, prescribir lo que podría y debería hacerse, y todo ello en términos muy pragmáticos (a veces hasta triviales: sobredimensionamiento del esfuerzo investigativo respecto de su objeto o finalidad). Lo que deseamos recalcar es que la teoría difusionista mantuvo una fértil relación con las prácticas extensionistas. Fértil, sin embargo, no implica "correcta". De hecho, había deficiencias en su abordaje teórico por varias razones. Entre ellas, por el tipo de lectura teórica que hacía de la realidad rural: lo que veía o quería ver, lo que no veía o no podía ver. También porque construía muy mecánicamente a partir de lo que las propias prácticas de difusión estaban haciendo y transformaba así la descripción de lo prevaleciente en una especie de normativa de lo que debería hacerse. A la vez, su intencionalidad era incidir operativamente sobre prácticas extensionistas, y no sólo analizarlas. Lo que queremos resaltar no son las inadecuaciones teóricas. La lección que nos interesa es la de la relación teoría-práctica, el intento de poner explícitamente el trabajo teórico e investigativo al servicio de prácticas concretas de comunicación. El

difusionismo nos muestra claramente los riesgos de esa opción. Pero es que las prácticas teóricas e investigativas tienen que arriesgar.

La alternativa es el academicismo, el teoricismo, el no ensuciar la elaboración conceptual con realidades concretas, por no decir empíricas. No deja de ser curioso que los actuales esfuerzos en investigación-acción y/o participativa también quieran redimensionar la relación teoría-práctica... y corran también los riesgos de una práctica investigativa inmersa en y atenta a los requerimientos concretos de realidades específicas que además buscan expresamente transformar.

Interludio teoricista

Ley pendular. No es que hayamos reaccionado en la región sólo contra lo excesos empiricistas y los supuestos ideológicos de la modernización y el difusionismo, sino en general contra un tipo de *communication research* que Luis Ramiro Beltrán (1976) definía como de «premisas, objetos y métodos foráneos». Tal reacción creadora tuvo momentos brillantes y grandes aciertos. Pero en lo que al tema de este trabajo concierne, faltó quizá una articulación más coherente, más aterrizada, entre los planteos teóricos de carácter macro —y en muchos casos extra comunicacionales o poco respetuosos de especificidades de la comunicación y de las prácticas comunicativas reales— y las nuevas implicaciones que aquellos traían para los usos potenciales o ya en marcha de la comunicación para un desarrollo que fuese más nuestro y menos foráneo.

En efecto, fundamentalmente durante la década de los setenta, predominó en nuestra región, y no sólo para los comunicólogos, el privilegio de lo teórico y a nivel de lo macro: aparatos ideológicos, modos de producción, dominación y hegemonía, estructuras y más estructuras, discursos sobre el discurso dominante (era sólo uno y homogéneo: sin brechas, cooptador de todo, puro y teleológico). Todo ello era prerrequisito para el estudio de la comunicación. Quizá, en el paroxismo, eso era en sí la comunicación. Sin un cuerpo teórico bien pulido jamás se llegaría a comprender a cabalidad lo que estaba sucediendo en el terreno de las prácticas comunicativas. Estas podrían esperar.

Visión, además, profundamente fatalista. No había cómo escapar de ese aterrador sistema dominante que todo lo impregnaba. Un engranaje maravilloso que se revelaba cada vez más, tras cada estudio más demoledor de la lógica del capital, como una obra divina, inexpugnable, inmutable, devoradora de todo esfuerzo alternativo que, por lo demás, se presentaba como vano esfuerzo contestatario.

Sea por los vaivenes políticos de la región, por las oportunidades perdidas, por el propio cansancio de un teoricismo estéril. Por el flujo y reflujo de modas comunicacionales, el hecho es que de pronto fueron descubiertas las prácticas de comunicación popular. *Descubiertas* como se descubrió a América creyéndola Las Indias. Algo que no existía, y que de pronto está allí: terreno generoso, virgen y pleno de riquezas. Y *descubiertas* en el sentido de quitarnos las vendas de los ojos teoricistas y contemplar, admirados, aquello que habíamos ignorado.

Los usos de la comunicación: continuidad y ruptura

No es que se pueda periodizar de modo tajante, y hablar así de la era del difusionismo o del teoricismo. Se trata más bien de orientaciones o preocupaciones dominantes. Los usos de la comunicación para el desarrollo siguieron dándose, debatiéndose en mayor o menor grado entre lo decadente y lo emergente. No hay cortes súbitos entre proyectos de comunicación dirigistas, paternalistas, extensionistas, y proyectos que comienzan a descubrir el valor de la participación, el respeto a los aportes culturales y comunicativos populares, además de una serie de dimensiones nuevas de la comunicación en apoyo a tareas fundamentalmente locales de educación, desarrollo, transformación, movilización y organización populares.

En general, al hablar de estos usos de la comunicación encontramos cierta relación con la comunicación alternativa, en el sentido de que nos hallamos ante un uso alternativo al uso convencional o tradicional propio de los medios de tipo comercial y masivos, dirigidos a una vasta audiencia anónima; es decir, frente a una comunicación de masas.

Cuando nos referimos a usos de la comunicación en proyectos, estamos hablando del uso intencional y deliberado de procesos y medios de comunicación para lograr objetivos específicos de desarrollo y transformación social. Aceptemos, desde luego, que las concepciones sobre lo que es o no es desarrollo, cambio y transformación social son muy diferentes para diversos grupos y personas. Estas diferencias no son triviales. Pero, por ahora, nos interesa recalcar que se trata de intervenciones comunicativas en función de uno o varios objetivos determinados de desarrollo, usualmente de carácter local o regional, y en áreas tales como educación no-formal, agricultura, organización comunitaria, salud, nutrición, etc.

Convengamos de inmediato además en que esta concepción es muy amplia. Según la adjetivemos y precisemos, cabrían allí tanto un proyecto convencional extensionista como una práctica más genuina de comunicación popular. No somos tan ilusos como para suponer que sean equiparables o tengan la misma valoración en términos de cómo y hacia dónde llegan. Lo que deseo proponer es que partamos de un supuesto debatible pero pragmático. Si bien nuestro norte ideal son las prácticas de comunicación popular, es preciso reconocer que hay esfuerzos de comunicación o educación con, en o para sectores populares, y no sólo del propio movimiento popular. Ese tipo de intervenciones comunicativas para aspectos específicos del desarrollo representan, al menos en ocasiones y en parte de sus componentes, oportunidades para que los sectores populares vayan experimentando potencialidades de la comunicación para reenfrentar las necesidades cotidianas y para apropiarse de procedimientos operativos.

Así como existe la televisión, estos proyectos, a veces de corte francamente manipulador, existen y se implementan. Y si para la TV se trabaja hoy en día al menos con círculos de recepción crítica, en vez de propugnarse la inviable estrategia de no encender el televisor, también es necesario —puesto que tales proyectos de intervenciones comunicativas pro-desarrollo existen— aprender de ellos, de sus aspectos rescatables y también de aquellos otros más perniciosos.

En este sentido, incluyo también aquellos proyectos que trabajan en los sectores populares como factor adicional que nos ayude, por ejemplo, a reorientar nuestras prácticas investigativas en tanto abran cauces para que éstas se tornen más aplicables. Para muchos investigadores ésta puede ser una puerta de entrada a formas más genuinas de comunicación popular y hacia prácticas de investigación que se refugien menos en el teoricismo y en el individualismo.

Si estoy insistiendo en esta perspectiva abierta y pragmática —que no equivale en absoluto a posturas oportunistas o eclécticas— es como una salida (no la única) para comunicadores que aspiran a vivir fuera de los laberintos teoricistas o lejos de la aspiración secreta de trabajar para los grandes medios. Cuando en la sección anterior hablábamos de prácticas de comunicación popular *descubiertas*, lo hacíamos con un dejo de ironía triste. Tales prácticas eran ignoradas e inexistentes para algunos muchos. Pero esas prácticas no habían esperado la resolución teórica de infinidad de *problemáticas* que ellas debían enfrentar —que ya estaban enfrentando— en su tarea cotidiana. Allí sí, en el terreno, se estaba *descubriendo* la riqueza de las variadas prácticas de comunicación popular. Primero, mediante un trabajo benévolo y paternalista, unidireccional, de promoción social. Luego, mediante cuestiona-

mientos —aún no agotados— del papel del *agente externo* y mediante el fomento de procesos más o menos espontáneos de comunicación popular, en que el propio pueblo iba descubriendo —a veces se le hacía descubrir— sus capacidades y modalidades expresivas y comunicativas, y las ponía al servicio de sus aspiraciones, necesidades y proyectos. Se descubrieron limitaciones y errores. Muchos errores. Pero se siguió. Se fueron redefiniendo los ámbitos de cooperación entre grupos populares y agentes e instituciones mediadoras. De los dirigismos y espontaneísmos iniciales surgieron aprendizajes para una relación más adecuada; necesidades, mecanismos y contenidos de formación concordes con la real situación concreta, histórica y específica de múltiples grupos populares en el campo primero, en los espacios marginales urbanos luego, y en las organizaciones de base y de clase después. Larga y rica historia de la cual apenas conocemos fragmentos.

Como sea, el hecho es que las preocupaciones teóricas acerca de la comunicación por un lado, y las prácticas de comunicación popular por el otro, marcharon durante largo tiempo por sendas divergentes. Muchos acompañamientos a las prácticas hoy llamadas de comunicación popular no nacieron de los comunicadores profesionales, como sí aconteció notablemente con los educadores que, con todas las contradicciones que se quiera, entraron a ocupar un inicial rol acompañador mediante la alfabetización y la educación de adultos, la educación no-formal, la concientización, etc. Y los educadores populares de hoy en día han tenido un duro aprendizaje desde las prácticas populares con sentido educativo. Es hora ya de que acontezca lo mismo con los comunicadores. Para eso habrá que aprender y desaprender bastante.

Bibliografía citada

Beltrán, Luis R. (1976). "Alien Premises, Objects and Methods in Latin American Communication Research" en *Communication Research*, Vol.3, Nº 2.

Díaz-Bordenave, Juan (1984). Comentario en *Journal of Communication*, Vol. 34, Nº 2.

Galjart, B. (1971). "Rural Development and Sociological Concepts: A Critique" en *Rural Sociology*, Vol. 36, Nº 1.

Lerner, Daniel (1958). *The Passing of Traditional Societies*. New York, The Free Press.

Rogers, E. y Shoemaker, L. (1971). *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*. New York, The Free Press.

Schramm, Wilbur (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford, Stanford University Press.

Rogers, Everett (1962). *Diffusion of Innovations*. New York, The Free Press.

Contreras, Eduardo (1985). "Comunicaciones y desarrollo: más allá de mitos modernizantes y modismos maniqueistas" en revista *Chasqui*, Nº 14. Quito, CIESPAL. Reproducción autorizada por el autor.

Paradigmas de la comunicación y el desarrollo: una reseña

Jan Servaes

Lemas como autosuficiencia, necesidades básicas, participación, descentralización y democratización de la comunicación han sido asumidos, cada vez con más frecuencia, en el debate sobre políticas y planificación por personas e instituciones con antecedentes y opiniones divergentes, tal como el Banco Mundial por un lado y la Fundación Dag Hammarskjöld por el otro.

[...] En otras palabras, todos estos términos y muchos otros *tienen significados diferentes para distintas personas*. Esta confusión es atribuible a cualquier aspecto del campo de las ciencias sociales. No es que las ciencias sociales busquen intencionalmente generar productos ambiguos, sino que, tal como afirma Lederer (1980), los objetos de las ciencias sociales, es decir, los hechos y procesos, son más abiertos a las vivencias e intereses comunes que los objetos de otras esferas del conocimiento.

Al mismo tiempo, la problemática se ha vuelto aún más compleja, principalmente debido a los cambios en el sistema social y mundial, por un lado, y a *la naturaleza interdisciplinaria de la comunicación y el desarrollo*, por el otro. Permítanme ilustrar esto con dos citas del campo de la investigación de las comunicaciones.

La primera, de Nordenstreng (1977), dice lo siguiente:

«Las tendencias mundiales en el campo de la investigación de la comunicación de masas se ven reflejadas en dos corrientes interrelacionadas sobre el cambio: una tendencia hacia un marco más holístico y una tendencia orientada hacia las políticas. Se puede decir que el planteamiento holístico implica dos subaspectos, el énfasis en un enfoque procesual que cubre simultáneamente diversas etapas del proceso de comunicación, y el énfasis en un enfoque contextual que articula los fenómenos particulares de la comunicación a contextos económicos y sociopolíticos más amplios».

En la segunda, Hamelink (1981) observa:

«Todavía no se ha desarrollado un marco teórico para el estudio de las comunicaciones internacionales y por ende existe una dependencia continua respecto de las teorías de los medios masivos (generalmente fragmentadas y basadas en conceptos psicológicos y sociológicos obsoletos), de las teorías de las ciencias políticas sobre las relaciones internacionales (generalmente descripciones inadecuadas de situaciones de statu quo) y de las teorías de dependencia del imperialismo (generalmente demasiado restringidas a la transferencia de mecanismos)».

Pese a la complejidad, confusión y retórica —que en general han tenido como resultado un diálogo de sordos en los foros internacionales— este trabajo tiene el propósito de aportar más claridad de la que actualmente existe. Mi punto de partida es básico y simple. Por un lado, me doy cuenta de que casi todas las publicaciones sobre políticas y planificación de la comunicación resaltan el vínculo importante entre la estructura social y el desarrollo de sistemas de comunicación. Por consiguiente, se asume que, tal como formuló, por ejemplo, la Comisión Internacional para el Estudio de Problemas de Comunicación (MacBride, 1980): «Las estrategias de desarrollo deben incorporar políticas de comunicación como parte integral del diagnóstico de necesidades y del diseño y la implementación de prioridades seleccionadas». Por otro lado, viendo la situación real de las políticas nacionales de comunicación del Tercer Mundo, observo que las políticas operativas de

casi todos los países dirigen la comunicación sobre una base aparentemente ad hoc, sin ningún marco conceptual, organizativo o estructural.

[...] La mayoría de académicos concuerdan en que la comunicación y el desarrollo como una disciplina distinta surgió después de la Segunda Guerra Mundial, y generalmente señalan dos paradigmas: *la modernización y el crecimiento* frente a *la dependencia y el subdesarrollo*. Yo percibo una nueva perspectiva, un nuevo paradigma —que puede definirse en términos generales como *la otredad en un solo mundo*— que está emergiendo gradualmente, pero se encuentra todavía en proceso de formación.

De acuerdo con la sugerencia de la Comisión MacBride de que cada país decida qué tipo de desarrollo quiere antes de determinar sus políticas y estrategias de comunicación, este trabajo se concentrará principalmente en el contexto general del desarrollo y el cambio en el que la comunicación tiene lugar.

Lo siguiente es un resumen:

El *enfoque cronológico* tiene un cierto sesgo al crear la impresión de que las innovaciones teóricas posteriores reemplazan a las anteriores. Pero en las ciencias sociales los paradigmas tienden a acumularse en lugar de reemplazarse unos a otros. Recientemente, Van Nieuwenhuijze (1982) lo expresó como sigue: «En el cambio social, el desplazamiento gradual del énfasis, en vista de sus consecuencias, es a menudo crucial».

Por lo tanto, concibo los paradigmas como *marcos de significado* mediados por otros:

> «El proceso de aprender un paradigma o un juego de lenguaje como expresión de una forma de vida también es un proceso de aprender lo que no es ese paradigma: es decir, aprender a mediarlo con otras alternativas rechazadas para así, por contraste, aclarar las alegaciones del paradigma en cuestión» (Giddens 1976).

En primer lugar, en cada periodo se puede distinguir entre una perspectiva *dominante* y otra *alternativa* de la comunicación y el desarrollo. El paradigma de la modernización, por ejemplo, sigue teniendo influencia en el frente político e institucional, aunque ya no goce del respaldo teórico generalizado que tenía a mediados de la década de 1960.

En segundo lugar, es posible subdividir cada paradigma en lo que se puede llamar su *corriente principal* de ideas y sus diversos *contrapuntos*. Por razones evidentes, aquí sólo me ocuparé de las ideas que integran la corriente principal de cada paradigma.

En tercer lugar, los paradigmas en las ciencias sociales se erigen unos sobre otros, en vez de romper fundamentalmente con las teorías anteriores. Por consiguiente, muchos teóricos e investigadores profundizan y amplían sus perspectivas de una manera evolutiva y, a veces, dialéctica. De modo que puede ocurrir que su trabajo inicial se considere una prueba elocuente de la teoría de la modernización o la dependencia, mientras que sus trabajos posteriores se alinean más bien con el tercer paradigma.

No obstante..., planteo algunas preguntas básicas acerca de la comunicación y el desarrollo....

Modernización y crecimiento

Hacia fines de la década de 1940 y comienzos de la década de 1960, la mayoría de los teóricos del desarrollo declaraban que el problema del "subdesarrollo" o "atraso" se podía resolver mediante una aplicación más o menos mecánica del sistema económico y político occidental a los países del Tercer Mundo, bajo el supuesto de que la diferencia era una de grado y no de tipo. Por lo tanto, el elemento central de este paradigma es la metáfora del *crecimiento* y la identificación del crecimiento con la idea de *progreso*. Esto implica que el desarrollo es asumido como orgánico, inmanente, direccional, acumulativo, dirigido e irreversible.

El paradigma de la modernización ve el desarrollo como una perspectiva unilineal y evolutiva, y define el estado de subdesarrollo en términos de diferencias observables y cuantitativas entre los países *pobres* y los *ricos* por un lado y, por el otro, que los sectores o países *tradicionales* y *modernos* asumen gradualmente las "cualidades" de los modernos. Este proceso se veía en un inicio como un *proceso económico* de formación de capital determinado por el nivel de inversión. A medida que prosiguió la conceptuación de la modernización y en tanto la estrategia económica unilateral de crecimiento desequilibrado no resolvió el problema, se introdujeron diversos factores denominados *no económicos*. Se empezó a argumentar que la transición de una sociedad tradicional a una moderna no presuponía sólo los índices de crecimiento económico, sino también cambios en las actitudes socio-psicológicas y la educación, así como cambios necesarios en las instituciones sociales y políticas.

La naturaleza "dualista" del subdesarrollo se concibió como dos etapas de desarrollo que coexistían en el tiempo y que, en su debido momento, las diferencias entre ellas desaparecerían en virtud de una fuerza impelente hacia *el consenso y el equilibrio*. El problema era eliminar los obstáculos y las barreras, que sólo se encontraban en el sector tradicional de la sociedad.

Por lo tanto, en la práctica la modernización era prácticamente equivalente a la *occidentalización*; es decir, los países subdesarrollos debían seguir y copiar los modelos occidentales.

¿Cuánto y cómo puede la comunicación contribuir a este proceso de modernización? El concepto básico es que la comunicación estimula y difunde valores e instituciones favorables a la consecución de logros, la movilidad, la innovación y el consumo.

La teoría inicial sobre la comunicación y la modernización surge de los modelos elaborados en Estados Unidos en el curso de estudios sobre las campañas políticas. Del estudio sobre el Condado de Erie provino el concepto de un *flujo de dos pasos* de la comunicación. Consiste en dos elementos: 1) el concepto de una población dividida en participantes "activos" y "pasivos", o "líderes de opinión" y "seguidores", según el interés y la actividad en los medios y sus mensajes, y 2) el concepto de un flujo de dos pasos de influencia, en lugar de un contacto directo entre "estímulo y respuesta" (o la denominada teoría hipodérmica o de "bala"). La conclusión general de esta línea de investigación es que la comunicación de masas probablemente tenga un menor efecto directo en el comportamiento social que la influencia personal. La comunicación de masas es importante para una toma de conciencia generalizada de las nuevas posibilidades y prácticas, pero en la etapa en que se toman decisiones respecto de adoptar o no adoptar algo, probablemente la comunicación personal sea más influyente. Este planteamiento, introducido en el campo del desarrollo por Rogers, se centra principalmente en el proceso de *difusión y adopción de innovaciones* de manera sistemática, planificada y de corto plazo. Otra perspectiva se ocupa del *valor individual y el cambio de actitud*. Conceptos como "la personalidad creativa" (Hagen), "la necesidad de logro" (McClelland 1961) o "empatía" (Lerner) son medulares en esta perspectiva y se consideran habilidades indispensables para quienes abandonan contextos tradicionales.

Otros investigadores, tales como Pool, Rao y Schramm, estudiaron más de cerca la conexión entre *la comunicación de masas* y *la modernización de prácticas e instituciones*. Los medios masivos modernos son los "multiplicadores de la movilidad", los "movilizadores" o "innovadores" del cambio y la modernización. Su desarrollo es paralelo al desarrollo de otras instituciones de la sociedad moderna, como las escuelas y la industria, y está estrechamente relacionado con algunos de los índices del crecimiento social y económico general, tal como la alfabetización, los ingresos per cápita y la urbanización.

Asimismo, existe un *enfoque determinista tecnológico*, en el que se pueden distinguir por lo menos cuatro

puntos de vista. El primero es que la tecnología es la fuerza impulsora del desarrollo (Ogburn). Una segunda variante ve a la tecnología como una fuerza irresistible, además de abrumadora, en el desarrollo (Innis, McLuhan). Un tercer enfoque plantea la convicción de que el desarrollo y la aplicación de la tecnología pueden resolver todos los diversos problemas de la humanidad. La cuarta teoría es el extremo opuesto de la tercera: considera que la tecnología es la fuente de todo lo que va mal en la sociedad. Todas las variantes comparten el supuesto subyacente de que la tecnología no tiene una historia ni un contexto histórico y que, por lo tanto, es políticamente neutra y libre de valores.

Como consecuencia del desarrollo real en la mayoría de los países del Tercer Mundo, el paradigma de la modernización se convirtió en objeto de fuertes críticas, especialmente en América Latina. Sin duda, el crítico más influyente ha sido Frank (1981). Alegaba que la perspectiva de la modernización era empíricamente insostenible, teóricamente insuficiente y prácticamente incapaz de estimular un proceso de desarrollo en el Tercer Mundo. Posteriormente, los académicos occidentales se unieron a sus colegas latinoamericanos en el "desenmascaramiento" de la modernización.

La crítica abarcaba no sólo la teoría de la modernización como tal, sino también toda la tradición de evolucionismo y funcionalismo de la que forma parte. Smith (1973), por ejemplo, profundizó en cuatro argumentos:

a. el evolucionismo se basa *metodológicamente* en la estática comparada, que hace caso omiso tanto de las fuentes como de la ruta de cambio;
b. desde el punto de vista *lógico* es un error igualar el serialismo a las explicaciones causales de una transición;
c. es fácil probar *empíricamente* que todo intento de clasificar a las sociedades mediante indicadores de tradición y modernidad no tiene fundamento; y,
d. el etnocentrismo del enfoque de la modernización es cuestionable desde el punto de vista *moral*.

Los supuestos subyacentes tras la comunicación en el paradigma de la modernización también fueron objeto de ataque. Uno de los primeros en refutar la teoría del flujo de dos pasos y del líder de opinión fue Klapper (1960). Afirmó que la comunicación de masas funciona entre y a través de factores e influencias mediadoras. Su eficiencia, ya sea como agente tributario o como agente de efecto directo, se ve afectada por diversos aspectos de la comunicación misma o de su situación, tales como la organización textual, la naturaleza de la fuente y el medio, y el clima imperante de la opinión pública, entre otros. Por consiguiente, Klapper recomienda y describe una nueva orientación que él denomina *fenoménica*: «Es fundamentalmente un alejamiento de la tendencia a considerar la comunicación de masas como causa necesaria y suficiente de efectos en el público, hacia una visión de los medios como influencias, que operan en medio de otras influencias, en una situación total».

Desde entonces, varios investigadores (Elliott y Golding 1974, Gitlin 1978, Golding 1974, Grossberg 1981, McCormack 1969, Mattelart y otros 1971, Salinas 1982, Smythe 1981 y Tehranian 1977) han criticado total o parcialmente el paradigma de la modernización y la comunicación. A continuación se presenta un resumen de los blancos principales de su crítica:

a. las *debilidades y discrepancias empíricas* en su búsqueda de "efectos" individuales específicos, medibles y de corto plazo;
b. los *supuestos positivistas-conductuales*: especialmente en la teoría de la difusión el planteamiento es externo y manipulador, y presupone una secuencia lineal y racional de los acontecimientos, planificados por adelantado con criterios de racionalidad determinados externamente;
c. los *supuestos del mercado*: al motivar a las personas a aspirar a la movilidad y a niveles de vida más altos, tanto los medios en sus editoriales como la publicidad están creando un tipo de demanda de consumo y una forma de vida occidental;
d. el *etnocentrismo y el endogenismo:* se da por sentado que las formas culturales y los métodos "científicos" desarrollados en circunstancias específicas en las sociedades "modernas" se pueden usar de igual manera en contextos del Tercer Mundo; y,
e. la *ingenuidad estática, ahistórica y estructural:* se asume que la comunicación de masas ocurre en un sistema social estable, donde gobierna la integración y la armonía social, y del que parecen estar ausentes los conflictos de clase o de grupos y las contradicciones.

Se puede decir que el *principio del libre flujo de la información* es la traducción política de este paradigma de la modernización y comunicación. Después de una guerra contra el fascismo, la libertad era un llamado que captaba defensores de bandos disímiles y que, a la vez, encajaba convenientemente con los requisitos de un sistema económico expansionista. Los vencedores de la guerra, encabezados por Estados Unidos, definieron el concepto de la libertad de información según las ideas occidentales del siglo XIX sobre la libertad de prensa y las formas capitalistas. Aunque también se debatieron y adoptaron formulaciones en torno a la libertad de información, más centradas en lo social —compárese, por ejemplo, los artículos 19 y 28 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos—, estos derechos y obligaciones se vieron atrapados en el torbellino de la Guerra Fría.

Esta interpretación occidental del principio del libre flujo —con sus valores y supuestos subyacentes que pueden encontrarse en las cuatro subdivisiones de las teorías de los medios de Siebert y otros (1956) bajo el encabezado de la *teoría de la prensa libre*— permaneció como el paradigma predominante en el mundo durante por lo menos dos décadas después de 1945. Actualmente, sigue siendo adoptada y propagada, a veces con ligeras enmiendas, por gobiernos del Tercer Mundo, académicos de la comunicación e instituciones *occidentales* y *de orientación occidental*. Estos puntos de vista se ven reflejados en las publicaciones de Righter (1978) y Horton (1978).

La dependencia y el subdesarrollo

Como consecuencia de la "revolución" intelectual general de mediados de la década de 1960, dicha perspectiva occidental o etnocéntrica del desarrollo fue desafiada por los científicos latinoamericanos y nació una teoría que abordaba la dependencia y el subdesarrollo. Este enfoque, denominado de la dependencia, formó parte de una reorientación estructuralista y marxista general de las ciencias sociales.

Aunque se puede decir que el paradigma de la dependencia es una creación latinoamericana, el "fundador" de esta perspectiva es Baran, quien, junto con Magdoff y Sweezy, es vocero del grupo *North American Monthly Review*. Él fue el primero en argumentar que el desarrollo y el subdesarrollo tenían que ser vistos como *procesos interrelacionados y continuos*, dos aspectos de un solo proceso global, y no como un estado original de existencia.

La estrategia de desarrollo de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) de industrialización mediante la sustitución de importaciones, planificación e intervencionismo estatal en general, así como la sustitución regional, probó que las observaciones teóricas de Baran eran correctas. Dicha estrategia de la CEPAL resultó inadecuada debido a por lo menos dos motivos:

a. los insumos importados necesarios creaban otro tipo de dependencia tecnológica y financiera;
b. el patrón de ingresos y distribución restringía la demanda de bienes y servicios a la relativamente pequeña clase media.

Algunos planteamientos y dimensiones teóricas distintas surgieron en el campo de los análisis de la dependencia. Sin embargo, según Hettne (1982), una posición representativa de este enfoque en cuanto a metodología subrayaba el *holismo*, los factores *externos*, el análisis *sociopolítico* y *económico*, las contradicciones *regionales*, la *polarización* entre el desarrollo y el subdesarrollo, y el papel de los factores *voluntaristas* o subjetivos en la historia. Por lo tanto, se puede decir que la mayoría de los *dependistas* sostenían que los obstáculos más importantes para el desarrollo no eran la falta de capital o de habilidades gerenciales, sino el resultado de la división internacional del trabajo. Estos obstáculos no eran internos, sino externos, lo que implicaba que el desarrollo en el Centro de alguna manera implicaba el subdesarrollo en la Periferia.

El paradigma de la dependencia ha ejercido su influencia en los debates sobre estrategias tanto a nivel nacional como internacional. Chile en el gobierno de Allende, Jamaica en el de Manley y Tanzania en el de Nyerere son ejemplos de gobiernos que intentaron establecer una política de desarrollo en el marco de una perspectiva de dependencia. A nivel internacional, para eliminar los obstáculos externos, los *dependistas* alegaban que cada país periférico debía luchar por la autosuficiencia y buscar nuevos aliados en el marco de un nuevo orden económico internacional. Se presuponía que para que esto funcionara, sería necesaria una transformación política más o menos revolucionaria.

En el paradigma de la dependencia, al componente de la comunicación se le denomina con frecuencia "los medios" o "imperialismo cultural". Mientras que los académicos de la modernización toman el estado-nación como su principal marco de referencia, los *dependistas* creen en un *nivel de análisis internacional*. Alegan que la dominación de la periferia por el centro ocurre a través de una combinación de componentes de poder; es decir, militar, económico, político, cultural, etc. Actualmente, los componentes de cultura y comunicación han adquirido mayor importancia en la perpetuación de las relaciones de dependencia, ya que enfrentamos una situación bastante paradójica. A medida que el Tercer Mundo empieza a lograr su independencia económica y política, aumenta la dominación cultural.

Cuando adopto la definición de *imperialismo de los medios* de Boyd-Barret (1977): —«El proceso mediante el cual la propiedad, estructura, distribución o contenido de los medios en cualquier país son individual o conjuntamente objeto de presiones externas considerables en favor de los intereses de los medios de comunicación de masas de otro país u otros países, sin una reciprocidad proporcional de influencia en favor del país afectado»—, puedo, basándome en Galtung (1980), distinguir cuatro mecanismos del imperialismo: la *explotación*, la *penetración* a través de una cabeza de puente (la elite periférica), la *fragmentación* y la *marginalización*. Mientras que la explotación se puede considerar la razón de ser de la desigualdad en este mundo, los otros tres mecanismos pueden concebirse como factores concomitantes, no todos igualmente necesarios. Su influencia puede ser tanto directa como indirecta, de un carácter medible objetivo o perceptible subjetivo. Por lo tanto, Hamelink (1978 y 1983) prefiere el concepto de *sincronización cultural*, en lugar del concepto más común de imperialismo cultural. En su opinión el imperialismo cultural es la forma más frecuente, pero no exclusiva, de la sincronización cultural, ya que ésta puede tener lugar sin que las relaciones imperialistas sean el principal factor causal e incluso sin relaciones imperialistas ostensibles. Tiendo a estar de acuerdo con este último punto de vista.

La mayoría de los estudios sobre el "deslumbramiento" de los países del Tercer Mundo no van mucho más allá de los *aspectos cuantitativos*. Demuestran principalmente la cantidad de información, ideas, entretenimiento, publicidad, capital y material de *hardware* que fluye entre las sociedades y las instituciones de los medios de comunicación de masas, lo cual causa *desequilibrios* entre los países del centro y de la periferia, así como disparidades dentro de las regiones y países; por ejemplo, entre las zonas rurales y urbanas, entre las mayorías y las minorías lingüísticas o étnicas, y entre las clases o grupos pobres y ricos. Además de esto, se necesitan más detalles sobre el *impacto cualitativo* de la influencia de los medios occidentales en las realidades del Tercer Mundo. ¿Cómo afecta este proceso la cultura, la ideología y el comportamiento de las personas en el largo plazo? La mayoría de los *dependistas* dan por sentado que, junto con el enorme volumen de mensajes mediáticos occidentales, se introducirá y, simultáneamente, se reforzará una ideología conservadora y capitalista y una cultura consumista. Por lo tanto, cuestionan la creencia del paradigma de la modernización, especialmente de los teóricos de la difusión, de que los medios de comunicación de masas pueden operar como agentes de cambio.

En comparación con el enfoque endógeno del paradigma de la modernización, la perspectiva de la dependencia, en su énfasis en los factores externos, parece ser prácticamente una antítesis. Sin embargo, si se mira el *contenido* del desarrollo, la diferencia es mínima. Así como la teoría de la dependencia surgió de la insatisfacción con la capacidad explicativa del paradigma de la modernización, sus críticos radicales consideran que es incapaz de explicar las nuevas realidades del mundo postcolonial (Berstein 1979, Leys 1977 y Hansen y Schulz 1981). Afirman, por ejemplo, que la teoría de la dependencia:

a. considera que la *contradicción fundamental* en el mundo se da entre el centro y la periferia y, por lo tanto, no toma en cuenta las estructuras internas de clase y productivas de la periferia que inhiben el desarrollo de las fuerzas productivas;
b. tiende a *concentrarse en el centro* y en el capital internacional, "culpándolos" de la pobreza y el atraso, en lugar de en las formaciones de clase locales;
c. *no distingue* entre capitalista y feudal, ni entre otros modos precapitalistas de controlar al productor directo y apropiarse del excedente;
d. pasa por alto la productividad de la mano de obra como punto central del desarrollo económico y, por tanto, sitúa la fuerza motriz del desarrollo capitalista y el subdesarrollo en la *transferencia* del excedente económico de la periferia al centro;
e. fomenta una *ideología orientada al Tercer Mundo* que mina el potencial de solidaridad internacional de clase al juntar como "enemigos" a la elite y las masas de los países del centro;
f. es *estática*, en tanto es incapaz de explicar y dar cuenta de los cambios en las economías de los países subdesarrollados a través del tiempo.

Más aún, Nwosu (1983) menciona problemas conexos, tal como técnicas inadecuadas de conceptualización, compilación operacional y recopilación de datos, y el hecho de que los *debates* emocionales, *nacionalistas e ideológicamente sesgados* que evoca la controversia de la dependencia se ven reflejados en los datos de investigación sobre este tema y su interpretación.

El punto más débil de la investigación de la comunicación desde la perspectiva de la dependencia es la falta de análisis acerca de la naturaleza de las *fuerzas* de clase y la posición del *estado-nación* en los países periféricos. Los *dependistas* ponen demasiado énfasis en las contradicciones a nivel internacional y, por consiguiente, pasan por alto las contradicciones a nivel nacional: entre los intereses del Estado y de los propietarios de los medios por un lado, y entre el gobierno y la población por el otro. El resultado político de la perspectiva de dependencia, afirman sus críticos, es que distrae la atención de estas relaciones internas de clase y se enfoca en el centro. Sin embargo, hay que aceptar que los factores "internos" y "externos" que inhiben el desarrollo no existen independientemente unos de otros. Por lo tanto, para comprender y desarrollar una estrategia apropiada, es necesario comprender las relaciones de clase de una formación social periférica en particular y las formas en que dichas estructuras se articulan con el centro, por una parte, y las clases

productoras del Tercer Mundo, por otra. Descartar a las clases gobernantes del Tercer Mundo, por ejemplo, como meros títeres cuyos intereses siempre son mecánicamente homólogos a los del centro es ignorar las realidades de una relación más compleja. El propio carácter disparejo y contradictorio del proceso de desarrollo capitalista produce necesariamente una relación de cambio constante. A la vez, hay que tener en cuenta que todos estos países son enormemente *diferentes* unos de otros en cuanto a sus historia y sus culturas individuales, al tamaño de sus poblaciones, a sus recursos naturales, etc.

Por lo tanto, los países periféricos no han permanecido estáticos, sino que han seguido sus propios caminos históricos.

Contrariamente a los "adictos" a la modernización, que alegan que el concepto de libre flujo de la información se debe interpretar de manera individual y liberal, los *dependistas* sostienen que, en la práctica, estos conceptos han aumentado las ventajas de los países y empresas que poseen mayores recursos de comunicación. Por lo tanto, la doctrina del libre flujo se ha utilizado a menudo como herramienta económica o ideológica. Para ser realmente libres, los flujos de comunicación deben ser bidireccionales, no en una sola dirección del centro a la periferia. Por consiguiente, los opositores al concepto occidental de libre flujo, encabezados por el Movimiento No Alineado, alegan que los flujos de comunicación no sólo deben ser *libres*, sino también *equilibrados*, y que se debe considerar que la comunicación es un producto social en manos de los *gobiernos* soberanos, o por lo menos controlados por ellos.

Durante la década de 1950 y comienzos de la de 1960, la UNESCO estaba alineada con las ideas occidentales de libre flujo predominantes en ese entonces. Sin embargo, gradualmente se convirtió en la plataforma para que los países del Tercer Mundo expresaran sus puntos de vista y reclamaciones. No es de sorprender que también se haya convertido en el blanco de quienes ven que hay un control autoritario detrás de cada crítica del statu quo. El anuncio de Estados Unidos de su retiro de la UNESCO se puede interpretar como uno de los muchos ejemplos de esto último. (Para un punto de vista no alienado, véase Mankekar (1981) o Masmoudi (1978)).

Sin embargo, una de las preguntas todavía pendientes de respuesta es: *¿el nuevo orden de quién?* Veamos a América Latina, el continente progenitor de la perspectiva de dependencia. Motta (1984) señala que allí, al igual que en otros lugares, la injerencia estatal en los asuntos nacionales ha aumentado en general. Este proceso de intervención estatal capitalista ha producido gobiernos autoritarios, generalmente militares, que han centralizado la toma de decisiones. Las políticas de comunicación en estos Estados exhiben dos tendencias principales:

> «En primer lugar, el gobierno controla la creación, distribución y operación de los medios masivos, así como el flujo de mensajes. Este control asume muchas formas: licencias para estaciones, reglamentos de difusión y censura. Este tipo de control pretende despolitizar y desmovilizar a la sociedad. En segundo lugar, el gobierno difunde ampliamente mensajes oficiales para legitimarse y para movilizar a la población a favor de los fines del Estado».

Motta termina diciendo:

> «Las políticas de comunicación nacionales no han producido la democratización deseada de la comunicación en América Latina. Por el contrario, las políticas se han convertido en planificación y la planificación ha equivalido a intervención estatal, caracterizada por una centralización de la toma de decisiones sobre comunicación, reglamentación estricta de los medios y el uso de los medios y mensajes de comunicación para legitimar a los gobiernos autoritarios».

Se pueden encontrar situaciones similares en otros países del Tercer Mundo; por ejemplo, dos países del sudeste asiático son conocidos por ser promotores feroces de las reclamaciones no alineadas. Los gobiernos de estos países exhiben *puntos de vista bastante contradictorios* respecto de los principios de las políticas de comunicación *externas* frente a las *internas*. Apoyan el pedido de una expansión del flujo libre y equilibrado de información entre países, pero no dentro de las fronteras de sus propias naciones.

Por lo tanto, el comentario de Amin (1979) en el sentido de que la estrategia del "nuevo orden económico internacional" favorece sólo a los intereses y puntos de vista de las *elites dominantes del Tercer Mundo* también se aplica al sector de la comunicación. McQuail (1983), al afirmar que las cuatro subdivisiones de las teorías de los medios no son pertinentes para los países en vías de desarrollo, añade dos teorías de los medios, más normativas: la *teoría de los medios para el desarrollo* y la *teoría de los medios democráticos-participativos*. Los principios formulados en la primera son, según McQuail, más adecuados para clasificar el sistema de los medios en los países del Tercer Mundo. La segunda abarca los requisitos de comunicación esbozados en el siguiente paradigma.

La otredad en un solo mundo

Esta nueva perspectiva surge de dos raíces: una de la teoría y la otra de la práctica. Primero, es el resultado de las críticas a las teorías tanto de modernización como de dependencia. En segundo lugar, se puede advertir el rechazo de grandes segmentos de la denominada nueva generación occidental al modelo productivista occidental predominante, así como el surgimiento de movimientos de liberación en el Tercer Mundo contra sus propias elites nacionales. Incluso en los regímenes más autoritarios, existen formas de comunicación alternativas, principalmente a nivel local.

A escala mundial, se parte del supuesto de que, en realidad, no existen países que sean completamente autónomos y autosuficientes y que tampoco existen países que se desarrollen meramente como reflejo de factores exógenos. Esta perspectiva se vio fortalecida cuando la crisis mundial de la década de 1970 demostró hasta qué punto una economía mundial se había convertido en una realidad. Por ende, se volvió necesario un análisis más global.

Contrariamente a los puntos de vista de orientación más económica y política de los paradigmas de modernización y de dependencia, el concepto central de este paradigma es que *no hay un camino universal* hacia el desarrollo. El desarrollo se debe concebir como un *proceso integral, multidimensional y dialéctico* que puede variar de un país a otro. Cada sociedad debe encontrar su propia estrategia.

Esto implica al mismo tiempo que el problema del desarrollo es relativo, y que ninguna parte del mundo puede alegar que es desarrollada en todos los aspectos.

Bibliografía citada

Amin, S. (1979). *Classe et nation dans l'histoire et la crise contemporaine.* Paris, Minuit.

Bernstein, H. (1979). "Sociology of Underdevelopment vs. Sociology of Development" en Lehman, D. (ed.) *Development Theory* - London, Frank Cass and Co.

Boyd-Barrett, O. (1977). "Media Imperialism: Towards an International Framework for the Analysis of Media Systems" en Curran, J.; Gurevitch, M. y Woollacott, J. (eds.). *Mass Communication and Society.* London, Arnold.

Elliott, P. y Golding, P. (1974). "Mass Communication and Social Change. The Imagery of Development and the Development of Imagery" en De Kadt, E. y Williams, G. (eds.) *Sociology and Development.* London, Tavistock.

Frank, G. (1981). *Reflections on the World Economic Crisis.* New York, Monthly Review Press.

Galtung, J. (1980). *The True Worlds. A Transnational Perspective.* New York, The Free Press.

Galtung, J.; O'Brein, P. y Preiswerk, R. (eds.) (1980). *Self-reliance. A Strategy for Development.* London, Boyle L'ouverture.

Giddens, A. (1976). *New Rules of Sociological Method.* London, Hutchinson.

Gitlin, T. (1978). "Media Sociology. The Dominant Paradigm" en *Theory and Society*, 6.

Golding, P. (1974). "Media Role in National Development: Critique of a Theoretical Orthodoxy" en *Journal of Communication*, 24.

Grossberg, L. (1981). "Interpreting the 'crisis' of Culture in Communication Theory", Wilhoit, G. C & De Bock, H. (eds.) *Mass Communication Review Yearbook*. London, Sage.

Hamelink, C. (1978). *Derde Wereld en culturele emancipatie*. Baarn, Wereldvenster.

Hamelink, C. (1981). *New Structures of International Communication: The Role of Research*. La Haya, Instituto de Estudios Sociales.

Hamelink, C. (1983). "Cultural Autonomy in Global Communications" en *Planning National Information Policy*. London, Longman.

Hamelink, C. (1983). *Finance and Information: A Study of Converging Interests*. Norwood, Ablex.

Hansen, W. y Schulz, B. (1981). "Imperialism, Dependency and Social Class" en *Africa Today*, 28.

Hettne, B. (1982). *Development Theory and the Third World*. Estocolmo, SAREC.

Horton, P. (ed.) (1978). *The Third World and Press Freedom*. New York, Praeger.

Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. Illinois, Free Press of Glencoe.

Lederer, K. (ed.). (1980), *Human Needs. A Contribution to the Current Debate*. Konigsrein, Oelgeschlager.

Leys, C. (1977). "Underdevelopment and Dependency. Critical Notes" en *Journal of Contemporary Asia*, 7.

MacBride, S. (ed.) (1980). *Many Voices, One World. Communication and Society. Today and Tomorrow*. Paris, UNESCO.

McCormack, T. (1969), "Folk Culture and the Mass Media" en *European Journal of Sociology*, 10.

McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London, Sage.

Mankekar, D. R. (1981). *Whose Freedom? Whose Order? A Plea for a New International Information Order by the Third World*. Delhi, Clarion Books.

Masmoudi, M. (1978). *Call for a New International Information Order*. Paris, UNESCO.

Mattelart, A.; Piccini, M. y Mattelart, M. (1971). *Los medios de comunicación de masas: la ideología de la prensa liberal en Chile*. Buenos Aires, Signos.

McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, Van Nostrand.

Motta, G. L (1984). "National Communication Policies: Grass Roots Alternatives"en Gerbner, G. y Siefert, M. (eds.) *World Communications*. New York, Longman.

Nordenstreng, K. (1977). "From Mass Media to Mass Consciousness" en Gerbner, G. (ed.) *Mass Media Policies in Changing Culture*. New York, Wiley.

Nwosu, I. (1983). "The Role of Research in the Global Information Flow Controversy: A Critical Analysis" en *Gazette*, 31.

Righter, R. (1978). *Whose News? Politics, the Press and the Third World*. London, Burnett Books.

Salinas, R. (1982). "Development Theory and Communication Models". Ponencia presentada en el Taller sobre Política de Comunicación y Planificación para el Desarrollo, La Haya.

Servaes, J. (1980). "Het MacBride rapport: 'A Mission Impossible'" en *Communicatie*, 10.

Servaes, J. (1983). *Communication and Development: Some Theoretical Remarks*. Lovaina, Acco.

Servaes, J. (1984). "Two Approaches Towards National Communication Policies for Development" en Journalism, 5.

Servaes, J. (1984). *In Search of Communication and Development Paradigms*. Bangkok, Facultad de Periodismo y Comunicación de Masas, Universidad de Thammasat.

Servaes, J. (1984). "From the Global Order to the Village. Towards a Conceptual Framework for 'Another Development' and 'Another Communication'". Documento de trabajo sin publicar.

Siebert, E.; Peterson, T. y Schramm. W. (1956). *Four Theories of the Press*. Urbana, University of Illinois Press.

Smythe, D.W. (1981). *Dependency Road: Communication, Capitalism, Consciousness and Canada*. Norwood, Ablex.

Tehranian, M.; Hakimzadeh, F. y Vidale, M. (eds.) (1977). *Communication Policy for National Development*. London, Routledge & Kegan.

Servaes, Jan (1985). *In Search of Communication and Development Paradigms*. Bangkok, Universidad de Thammasat. Reproducción autorizada por el autor.

Oramedia en África

Frank Okwu Ugboajah

Introducción

Uno de los frenos al progreso socioeconómico en África fue el colonialismo, que también contribuyó a la destrucción de las tradiciones africanas. En gran medida, los europeos, especialmente los británicos, son culpables de crímenes coloniales de lesa humanidad.

Michael Dei-Anang (1964) de Ghana relata su experiencia en una conferencia sobre educación en Leiden, Holanda. Cuerpos estudiantiles de Gran Bretaña, África y Asia debatían sobre las culturas china, indonesa e india. Se les pidió a los representantes africanos presentes que dijeran algo sobre la cultura africana a manera de comparación. Dei-Anang, uno de los participantes, habló sobre la rica colección de artesanía africana en el Museo de Artes y Cultura de Leiden:

> «Después de lo cual, un estudiante de pregrado de Oxford, quien evidentemente se había atiborrado de libros de texto pervertidores y novelas escalofriantes sobre la selva africana, desconcertó a todos los presentes al decir: "¿En todo caso, qué es la cultura africana?" Había demasiados conceptos confusos, continuó, acerca de esta cuestión de la cultura. Podía entender que pueblos antiguos como el de la India, con siglos de historia y tradición registrada, hablaran de cultura. Pero que los africanos, quienes en el mejor de los casos vivían en una especie de neobarbarismo, hablaran de cultura no sólo era ridículo, sino un delito grave contra la civilización. ¿Qué tenía África que mostrar al mundo como prueba convincente de que también ella poseía una cultura digna de respeto? ¿Qué aporte había hecho al progreso del mundo? ¿Con qué monumento del pasado podrían otros recordar su influencia en el mundo de hoy? ¿Dónde estaba el registro escrito de sus logros? ¿Qué tenía África en común con Platón, Pitágoras, Leonardo da Vinci, Mozart, Newton y George Stephenson?».

Dei-Anang escuchó calmadamente la pataleta provocadora de esta efusión retórica, sintiendo pena por la educación que podía hacer de alguien un ser tan evidentemente ignorante, salvo respecto de la naturaleza materialista de la cultura occidental. Dei-Anang advierte que muchos occidentales son culpables de este error flagrante. Siempre toman su propia cultura como estándar infalible. Cualquier otro patrón es despreciable o un capricho de la naturaleza o la frívola invención de un débil mental. Algo que también olvidó mencionar nuestro universitario de Oxford es el impacto del imperialismo inglés en la cultura que condenaba y, también, cómo era que nuestro arte y artesanía estuvieran en Leiden.

En circunstancias de dominio cultural y dependencia política y económica, la sociedad sometida pierde su derecho a la autodeterminación y se le borra de los registros escritos de la historia. El corolario es que las sociedades con una independencia cultural sobreviven, continúan, adoptan el cambio y se renuevan, en condiciones de rápido cambio social, por un proceso de selección y rechazo. Esto se debe a que las facilidades regenerativas intrínsecas funcionan libremente como medios para la comunicación, participación y socialización; un proceso a menudo denominado educación informal en la literatura del desarrollo. Es un proceso de concientización de la cultura, un prerrequisito para la identidad propia y el desarrollo cultural.

En África, como bien señaló Moore (1982). existe la interacción usual de costumbre y conflicto, armonía y lucha, fusión y fisión, mientras que las relaciones interpersonales, la cohesión social, el proceso social y la continuidad histórica se mantienen prin-

cipalmente mediante los códigos que simbolizan la tradición oral, que abarca la mitología, la literatura oral (poesía, relatos, proverbios). mascaradas, ritos de iniciación y otros rituales expresados verbalmente y a través de la música, danza, teatro, vestuario, la interacción social y los símbolos materiales que acompañan a la gente desde el vientre hasta la tumba y más allá.

El presente trabajo tiene el propósito, por tanto, de abogar por ese tipo de comunicaciones interpersonales, que hemos optado por llamar *oramedia* o medios orales, especialmente en las sociedades multiétnicas de África, en las que los obstáculos lingüísticos, culturales o semánticos podrían bloquear los mensajes. Intentaremos explicar lo que son los *oramedia* y su *uso* contemporáneo en las comunidades africanas. Tàmbién trataremos de describir su eficacia como sistemas de creencias y su posible adaptabilidad para el desarrollo y el uso en la comunicación. Tàmbién se harán sugerencias sobre sus implicaciones para la investigación y las políticas.

¿Qué son los *oramedia*?

Quizá la mejor manera de ilustrar lo que son los *oramedia* es por el camino que a menudo toma el aldeano para llamar la atención sobre un punto (contando una historia):

> «Un gobernador inglés se sentó en el taburete del rey de los Ashanti para comunicar su autoridad como representante de la reina Victoria de Inglaterra. Pero el significado del taburete en la mente de los Ashanti era la reverencia, puesto que no se trataba de un atributo del oficio real, sino de la encarnación del alma de la nación. Se sintieron insultados. Se sintieron provocados. Fueron a casa y se prepararon para la guerra».

Los *oramedia* o medios de comunicación populares tienen sus raíces en la cultura nativa que producen y consumen los miembros de un grupo. Refuerzan los valores del grupo. Son características culturales visibles, a menudo convencionales, mediante las cuales se mantienen y definen las relaciones sociales y la cosmovisión. Adoptan muchas formas y son altamente simbólicos.

En el relato anterior puede verse a un gobernador británico ignorante para quien un trono significaba poder y autoridad, mientras que el pueblo pensaba en la religión y en lo sagrado del taburete, además de su simbolismo político. El resultado fue una brecha de comunicación que pronto devino en hostilidades.

Los medios populares, por ende, no se pueden separar en forma conveniente de las culturas populares en cuyo contexto son significativos. Quizá se pueda considerar que son medios grupales, pero es mejor tomarlos como medios interpersonales que le hablan al hombre común en su propio lenguaje, su propio idioma, y que tratan de problemas que son pertinentes a su situación.

A menudo se intenta delinear las características de los medios populares. Se les ha descrito como simples en su forma y generalmente disponibles para todos sin costo alguno. Son de dominio público y de origen anónimo, y puede que no haya mucha diferencia entre sus productores y sus consumidores. Pero comunican directamente mediante cualquiera de los sentidos a través de vías populares. Los *oramedia* están hechos de diálogo y de intercambio verbal, una característica conferida por la presencia casi constante de uno o más oyentes. Se los puede definir como funcionales y utilitarios. Su propósito más importante es impartir enseñanza e iniciación, con el objeto de transmitir valores estéticos, históricos, técnicos, sociales, éticos y religiosos. Proporcionan una especie de código legal que se apoya en historias y proverbios generados por medio de la palabra hablada. También desempeñan otros papeles en la sociedad comunitaria, tal como movilizar la toma de conciencia de la gente sobre su propia historia, magnificar sucesos pasados y evocar los actos de ancestros ilustres. Por consiguiente, tienden a unificar a un pueblo y dar cohesión a sus integrantes por medio de ideas y emociones.

El africano Desmond Wilson (1981) critica lo siguiente sobre la palabra "masas":

> «A quienes han llegado a asociar la palabra "masas" a conceptos como audiencia masiva o "aldea global", podría parecerles un término equivocado, dada la imagen de la gran población que a menudo está involucrada en estos conceptos de "masas". Pero estamos hablando de comunidades pequeñas, clanes, aldeas [...] unos pocos miles en asentamientos dispersos [...] que desean contar con tinglados de información [...] Para nuestro propósito, los medios de masas se definirán como aquellos a través de los cuales se llega a gran cantidad de gente por medio de cualesquiera de nuestros medios tradicionales, a saber, *eyei*, *nnukenin*, *obodom*, *ntakrok*, y otros. Nuestra definición subsume el hecho de que los millones de personas que están viendo una final de la Copa Mundial por televisión y en el estadio mismo podrían constituir el mismo tipo de audiencia masiva que los pocos miles que corren a la plaza de la aldea para escuchar a sus mayores al oír el llamado del *obodom*. En sus distintas [aplicaciones] los dos canales —la televisión y el *obodom*— constituyen medios de comunicación de masas. Su importancia no está determinada únicamente por su tamaño, sino por el objetivo y el efecto de ambos medios».

El uso contemporáneo de medios populares en las comunidades africanas

Los medios de comunicación tradicionales han sido continuamente utilizados para fomentar el sentido de nación en África, pese a la baja prioridad que se les ha asignado en círculos oficiales.

Se observa de inmediato que los medios formales comienzan a ser poco usados tan pronto la comunicación o información llega a la autoridad tradicional, generalmente representada por un rey o un jefe o, en algunos casos, un consejo de mayores. Desde ese momento, la comunicación adopta un enfoque de flujo o difusión y se ve dominada por los medios informales u orales (*oramedia*). Éstos son los medios tradicionales o populares representados por una red de difusión de jefes menores, grupos etarios, los jefes de puestos en el mercado, las organizaciones de mujeres vendedoras, los sacerdotes tradicionales, los maestros y el indomable pregonero de la aldea. Los grupos etarios —*Ogboni*, *Egbe*, *Egungun*, *Oro Agemo*, *Dagboulu*— se reúnen periódicamente para hablar sobre asuntos de la aldea de acuerdo con las prioridades establecidas por la autoridad. Estos grupos también enseñan las normas sociales a los jóvenes de la aldea. Sus nombres generalmente están relacionados con sucesos espectaculares ocurridos cuando nacieron. Por ejemplo, el grupo etario *Obangbade* recibió ese nombre porque sus miembros nacieron cuando tuvo lugar la instalación de un jefe.

El *Parakoyi* es el gobierno tradicional del mercado de una aldea yoruba, que cuenta con todos los medios de comunicación comunes a la aldea: el *Ashipa* (el hombre del gong). el *Oluwa*, la *Iya Oja* o madre de la aldea, los *Ifa* y los sacerdotes *Osayin*. El *Parakoyi* tiene una función tanto ritual como judicial en el gobierno del mercado. Mantiene la ley y el orden, ofrece sacrificios al *Oloja* (dios del mercado) y recauda los impuestos para la autoridad local.

Los mercados en África son, en sí mismos, verdaderos foros de comunicación. En Accra, Ghana, las "Reinas Madres" celebran anualmente el *Homowo* o festival del mercado, en el que se a la diosa del mercado. Los mercados no son sólo lugares donde la gente va a comprar o vender, sino también foros de difusión para una importante interacción social (Ugboajah 1979). Las modas se copian de los mercados y también son lugares de censura.

En algunas aldeas del este de Nigeria, la censura en un caso de incesto consiste en hacer desfilar por el mercado al transgresor adornado con un collar de conchas de caracol y ciempiés vivos. La censura de una mujer soltera que queda embarazada mientras todavía vive con sus padres consiste en una canción compuesta para

ella por sus pares del mercado. El robo de productos agrícolas o ganado recibe el castigo inmediato de caer en desgracia en el mercado. No es de sorprender que en el Seminario sobre Motivación, Información y Comunicación para el Desarrollo en Países Africanos y Asiáticos, celebrado en Ibadan, Nigeria (1-9 de julio de 1974). Se llamara la atención sobre el hecho de que el mercado «mantiene su continua efectividad debido a la gran interacción que genera».

En los países orientales, los bazares, al igual que los mercados africanos, continúan siendo poderosos conductos informales en el marco de sus funciones comerciales. La configuración física y organizativa del bazar sirve de infraestructura natural para la diseminación multidireccional de noticias, opiniones y rumores, y es importante para fines de agitación.

Los *oramedia* pueden ser cognitivos o evaluativos en su orientación, y compuestos de símbolos con referentes empíricos o supraempíricos. En Ghana, una *Ogyeafo* (partera tradicional) comunica al esposo la noticia de un nacimiento atándose un trozo de tela blanca a la muñeca. Esto es un símbolo de victoria y proclama el buen resultado del alumbramiento de un bebé. También en Ghana, los jefes a menudo no hablan directamente a su pueblo. Lo hacen a través de "lingüistas" o envían sus mensajes con el hombre del gong, quien utiliza un conjunto de tambores "habladores".

Entre los yoruba de Nigeria, el *edan* o bastón del jefe es un símbolo de autoridad para convocar a un infractor a la corte del jefe. Si alguien despierta en la mañana y encuentra el *edan* en su puerta, debe acudir de inmediato a la corte. Entre los igbo, el *Ubue* se usa para anunciar las festividades de la aldea o la llegada de la estación de siembra. Como medio de comunicación, se utiliza muy tarde en la noche o muy temprano por la mañana, cuando es posible llegar a todos. El aire pronto se llena de ritmos, pero lo extraño es que no van acompañados de palabras. El significado es entendido simbólicamente y compartido por todos.

Los occidentales a menudo distorsionaron en el pasado el significado de estas características culturales e incluso las impusieron a los africanos hasta el punto de destruirlas. Kubik (1962) relata:

> «En Kisumu, Kenia, los cantantes uniformados con corbatas y pantalones bien planchados estaban parados en fila, con temor a hacer el más mínimo movimiento rítmico con sus cuerpos, cantando con voces rígidas y pulidas, con miedo a producir el menor tono de expresión real, para evitar que los europeos que dominan Kenia los llamen bárbaros. En otra tarima frente al escenario estaba el jurado, dos europeos gordos que bebían enormes cantidades de cerveza, cada uno con un lápiz en la mano. Éstas eran las personas supuestamente capaces de juzgar el valor artístico de la presentación».

Kenia ha sido tan colonizada y tan completamente destruida culturalmente por los europeos que Kipkorir (1980) se ha vuelto escéptico acerca de la identidad nacional keniana contemporánea. Señala que Kenia, como nación, no ha abordado la cultura seriamente y que la ideología política que ha elegido para su desarrollo nacional es contraria a las tradiciones culturales autóctonas.

Los *oramedia* son los diseminadores principales de la cultura. En el caso de los Urhobo de Nigeria central occidental, se puede considerar que los siguientes son medios de comunicación tradicionales. El pregonero es un importante "locutor" que convoca a los mayores para tomar decisiones y comunica sus decisiones al resto de la aldea para que éstas se implementen. El lenguaje corporal, tal como la genuflexión, puede transmitir el saludo a un mayor o expresar gratitud a un benefactor. Las canciones son medios de instrucción moral, de información sobre personas o acontecimientos, de alivio del tedio, de transmitir los atributos de las deidades de la aldea y de adormecer a los bebés.

Los tambores y las danzas simbolizan rituales. Las parábolas transmiten mensajes morales y acertijos y se usan para aguzar el ingenio. Los santuarios comunitarios son medios de protección religiosa y exaltación de los ancestros, y también para infundir una conciencia de grupo. La "nuez de kola" es una señal de bienvenida, aceptación de la camaradería y aprecio de la buena compañía compartida en un intercambio mutuo. Los mayores usan apodos para invocar la compenetración.

"Si nos motiva el sabor de un huevo, puede que no queden aves que sacrificar ante los dioses". Este proverbio aconseja que se aplique la moderación y la frugalidad en las cosas que disfrutamos. "Un hombre malvado había preparado veneno para dañar a su vecino. No se lavó las manos después de prepararlo y se rascó su órgano vital. Su órgano murió". La lección de esta parábola es que uno no debe planear el mal contra el vecino a riesgo de que se convierta en un bumerán porque el mal podría tornarse contra uno. "Tengo un amigo. En la mañana es alto, en la tarde es bajo, en la noche vuelve a ser alto. ¿Quién es mi amigo?". Este tipo de acertijo se usa a menudo como entretenimiento. La respuesta es "la sombra". Las parábolas y proverbios son pertinentes y efectivos en el curso de discusiones y discursos.

Los festivales, como las ferias, atraen muchedumbres y reúnen tanto a citadinos cuanto a personas de fuera de las ciudades y de toda condición, de diversos dialectos y creencias religiosas. Los eventos son diversos en contenido como en audiencia, y la heterogeneidad y el anonimato presentan una comunicación de masas indirecta: de la gente a la comunicación y no de la comunicación a la gente.

La música *adowa* de Ghana es un ejemplo excelente de *oramedia*. Coros femeninos organizados interpretan la música *adowa*. Las canciones y danzas *adowa* son medios de expresar sentimientos sobre la muerte, simpatía por los familiares dolientes y por los logros de jefes y mayores pasados. Los textos se comunican a través del lenguaje de tambores del percusionista *atumpan* quien, siguiendo los tonos y duraciones del idioma *Twi*, puede hacer sonar poemas, proverbios, comentarios de simpatía, de bienvenida y dar otras instrucciones a los bailarines.

Los yoruba de Nigeria tienen un proverbio popular: *Imale o pe kawa ma soro*, que significa "el hecho de ser musulmanes no nos prohíbe venerar a los dioses tradicionales ni participar en los rituales".

Un hombre puede volverse cristiano y seguir participando en los rituales tradicionales. Podría seguir consultando al sacerdote del oráculo *ifa* sobre si es buen momento para salir de viaje. Podría seguir invocando a Oshun, dios de la fertilidad, o a Obatala, dios de la creación, o a Yemanja, dios del mar, cuando afronta problemas personales urgentes. Una aldea o un clan entero africano podrían invocar a los dioses cuando ocurren calamidades, como hambrunas, sequías, epidemias o guerras.

Los africanos, independientemente de su nivel de educación o de afiliación cristiana o islámica, recurren con frecuencia a las creencias y prácticas tradicionales para buscar consuelo en tiempos de crisis. Esto se puso de manifiesto en Uganda cuando el exilio del Kabaka de Buganda en 1953-55 y durante la turbulenta dictadura del general Idi Amin. La misma actitud se manifestó durante la guerra civil nigeriana; los juramentos Mau Mau a comienzos de la década de 1950, que comenzaron como rituales, culminaron en el nacionalismo que unió a los pueblos de Kenia contra la autoridad colonial.

Digan lo que digan, los africanos no han abandonado en absoluto sus lealtades a las fuerzas sobrenaturales tradicionales cuando han aceptado a deidades de otros pueblos. Más bien, la deidad nueva se añade a la totalidad de recursos sobrenaturales a los que invocan para pedir ayuda. Por lo tanto, se debe reconocer el mérito de las iglesias cristianas recientemente fundadas en África, por ejemplo la Iglesia del Señor de Aladura en Nigeria, por haber aprovechado el fracaso de las iglesias más antiguas, adaptándose e infundiendo una transfusión del dinamismo ontológico africano, de su entusiasmo, su

sentido de sustancia en el ritual y el reconocimiento de las consecuencias comunitarias inminentes y cotidianas de la creencia, práctica y adaptación religiosas.

Fernández (1969) ha puesto en duda que la Biblia sea apropiada para los pueblos africanos. La llama «un documento mitológico diverso y ambicioso [...] que no ofrece ninguna información, excepto de tipo muy expresivo o nada útil, y no desarrolla ninguna habilidad, salvo en las infinitas sutilezas de la interpretación exegética». Una observación tan fuerte y negativa quizá no esté dirigida necesariamente a la Biblia *per se*, sino más bien al modo "arderás en el infierno" con que se la predica a la gente.

Es un alivio que el Sínodo de Obispos Africanos haya reconocido la «inculturación (socialización) para que la Iglesia africana sea auténticamente africana». Según *Action Resource* de octubre de 1980, los obispos quedaron asombrados con la estrategia de "las iglesias independientes de África", especialmente con su facilidad relativa para atraer a grandes cantidades de gente y con la rápida expansión de su feligresía. El Sínodo reconoció que los medios de comunicación de estas iglesias independientes eran a menudo más adecuados y enraizados en la cultura y la mentalidad africanas que los utilizados por los católicos en sus iglesias y hogares. Ahora reconocen que al usar medios de comunicación tradicionales africanos, «nuestros pueblos pueden desarrollar formas artísticas auténticas y creativas que están destinadas a rendir fruto en nuestras liturgias y formas de culto, con lo cual nuestra fe cristiana podrá echar raíces más firmes en el suelo de África [...]».

No obstante, se debe dejar constancia de que la Iglesia Católica y otras iglesias de larga data en África han reconocido desde tiempo atrás la importancia de las estructuras autóctonas, tales como los grupos etarios mencionados anteriormente. Estas organizaciones han sido de enorme importancia para las acciones comunitarias de construcción de iglesias y escuelas misioneras. Incluso los misioneros catequistas, los curas de parroquia y los maestros de las misiones se convirtieron en una extensión de la red comunitaria de información y se han constituido en importantes líderes de opinión y legitimadores de la mayoría de temas y asuntos que afectan la vida de los pobladores. Lo que parece haber faltado es el reconocimiento práctico del impacto de otros sistemas de creencias más importantes, tales como los cultos, las costumbres y los rituales tradicionales.

El uso de rituales en los *oramedia* para invocar la solidaridad social en casos de emergencia no se limita a África. Gandhi y Mao tenían poco acceso a los medios modernos para movilizar a las masas en sus revoluciones en la India y China. Recurrieron a símbolos seculares creíbles, a canales profundamente integrados en la vida de las masas expuestas participativamente a sus mensajes. El Ayatollah Khomeini y sus seguidores demostraron el impacto de las redes locales en la movilización del apoyo popular, al recurrir a una infraestructura institucional sólida y activar símbolos de *oramedia* altamente eficientes para la difusión.

Aunque impulsados por la religión o por lo que podría describirse de manera general como el sistema de creencias, los canales de los *oramedia* podrían clasificarse según sus énfasis y funciones rituales o mundanas. En una situación cargada de información selectiva y no creíble, las 90.000 mezquitas de Khomeini, guiadas por 20.000 *mullahs* (sacerdotes). proporcionaron una infraestructura sólida para una red de comunicaciones revolucionarias, un modelo que podría haberse adaptado para una "Revolución Verde" exitosa en Nigeria. El componente comunitario en el contexto de los sistemas de creencias aporta a la eficacia de las redes de comunicación.

También se pueden mencionar recursos similares, tal como el papel de la sátira popular, las canciones folclóricas y las tecnologías "primitivas" de distribución en el alzamiento checo de 1968, en las revoluciones portuguesa y nicaragüense de la década de 1970, en la lucha indonesa contra los holandeses en los 1960,

en el actual movimiento de protesta polaco y, más eficazmente, en los "vientos de cambio" africanos que afligen a los gobiernos con el fantasma de los rumores. Existe considerable evidencia en las revoluciones de que quien controla las redes alternativas (los *oramedia*). con o sin los medios de comunicación de masas, está mejor equipado para movilizar y activar a las masas. Los sistemas de creencias constituyen la base de la experiencia de los pobladores y son parte integral y funcional de su sociedad. Por lo tanto, las aldeas, contrariamente a algunas otras observaciones, son subsistemas que funcionan de acuerdo con los principios de los sistemas de creencias.

Se ha descubierto que los medios de comunicación tradicionales vinculados a los sistemas de creencias son herramientas eficaces para los programas de desarrollo gubernamentales. Como entretenimiento, pueden atraer y mantener el interés de un gran número de personas. Como medios de comunicación oral en los idiomas locales, pueden captar la participación de los grupos y clases más pobres a menudo son excluidos de las actividades de desarrollo por su analfabetismo o desconocimiento del idioma inglés o francés. Como representaciones dramáticas de los problemas locales, pueden proporcionar una codificación de la realidad que los participantes pueden usar para analizar su situación. Por último, como expresiones colectivas y actividades comunitarias, crean los contextos para modos de pensar y acciones cooperativas en lugar de individuales, y la posibilidad de aprender de los pares.

La adaptación de los *oramedia*

Se ha elogiado a China por reconstruir una sociedad comunitaria. La aldea moldeaba activamente el tipo de escuela que consideraba que necesitaba. La educación primaria rural en China corresponde directamente a las metas sociales y económicas de la comunidad, de modo que los pobladores participan activamente en el funcionamiento de su propio sistema de aprendizaje.

En Java, los agentes de cambio han adoptado el uso de la ópera de títeres popular (*ludruk*), la comedia (*neog*) y la obra de teatro de títeres de sombras (*evajong golek*) como medios confiables para transmitir ideas nuevas a la gente. Los cantautores (*cantadores*) del Brasil, los personajes de cuero (*nang taloogn*) en Tailandia y la poesía dramatizada (*ngonjera*) en Tanzania se usan con el mismo propósito. El Centro de Aplicación Espacial de la India ha convertido el *Panchatantra* en un medio para examinar los mitos, leyendas y el folclor en general. Las experiencias en Botswana han demostrado que el teatro popular puede desempeñar un papel importante en los programas de transformación social ya que ha aumentado la participación y la autoconfianza, y han proporcionado un espejo para el análisis crítico y un estímulo para la discusión y la acción. En Indonesia, *Wayang*, *Pancasila* fue iniciado por el Ministerio de Información para comunicar los pilares ideológicos de la nación. De hecho, históricamente, Indonesia ha utilizado formas de arte dramático para fomentar la transformación social y política. En Tailandia, el arte folclórico que se adaptó con más éxito a la radio y la televisión fue el Mau Lum, una ópera popular o relato folclórico que se nutre de los cuentos y mitos del noreste del país.

Lent (1982) señala que los medios masivos —especialmente la radiodifusión y la teledifusión, que irónicamente son a las que más se ha culpado del imperialismo cultural— han contribuido a dar expresión al arte nativo. Por ejemplo, la Televisión Nacional Iraní ha establecido un centro para la Preservación de la Música Tradicional desde 1971. La Televisión Iraní juntó música de todos los rincones del país y fomenta la preservación activa otorgando subsidios a los músicos de edad avanzada que ya no pueden ganarse la vida con su música. La Federal Radio Corporation of Nigeria (FRCN). cuando era conocida como la Nigerian Broadcasting Corporation (NBC). lideró, entre otras instituciones, el desarrollo de idiomas locales en la radiodifusión en Nigeria.

Katz y Weddel (1978) enumeraron los siguientes factores como impedimentos para la adaptación de

medios populares a los medios de comunicación de masas:

1. Los medios folclóricos tienden a ser eclipsados por el ritmo acelerado de la modernización y las artes escénicas estaban moribundas aun antes de que la radio y la teledifusión aparecieran.
2. Los medios tradicionales tienen repertorios limitados, mientras que los medios masivos exigen novedad; por ello la difusión rápidamente agota los limitados temas clásicos.
3. Las manifestaciones populares propias de las plazas al aire libre de las aldeas no se adaptan bien al confinamiento de los estrechos estudios de difusión y este problema se agrava porque las estaciones carecen de equipamiento y de unidades móviles.

Debido al carácter festivo y ocasional de muchos medios tradicionales, no pueden convertirse en un programa más del "martes por la noche".

Renganath (1982) concuerda en que algunas canciones populares efectivamente tienen una base ritual y no pueden ser occidentalizadas o formalizadas como lo esperan Katz y Weddel. Medios populares como ésos no son particularmente efectivos para transmitir mensajes de importancia pasajera. Sin embargo, Renganath se refiere a su uso en el fomento de la planificación familiar, lo que implica numerosos problemas culturales.

La implicación para la investigación y la formulación de políticas

Al argumentar en favor de los *oramedia*, abogamos por un canal de comunicación más horizontal, estructuras de comunicación más participativas y el inicio de nuevos conceptos de desarrollo de la comunicación. White (1982) sostiene que «en la medida en que los investigadores de la comunicación forman parte de este desarrollo histórico, pueden aportar un elemento de experiencia de planificación y de dirección coherente». Asimismo, Sean MacBride y sus colegas (1980) alegan que existen preguntas básicas respecto de los vínculos entre los medios modernos y los tradicionales desde la perspectiva de su influencia mutua o apoyo recíproco y complementario. El reto principal para los encargados de formular políticas, los profesionales de la comunicación y los investigadores es encontrar una fórmula que forje una relación entre las formas tradicionales y modernas de comunicación sin dañar las *vías* tradicionales ni obstruir la marcha necesaria hacia la modernidad.

Este reto se vuelve más importante cuando se considera que, hasta ahora, pocos países africanos han tomado la cultura seriamente en cuenta en su planificación del desarrollo. Kipkorir señala el caso de Kenia:

> «La opinión generalizada es que la identidad única y propia de un pueblo o nación se deriva no sólo de una ideología política, sino también y, quizá, principalmente de su cultura. El desarrollo nacional no es, por ende, conceptualmente posible sin un desarrollo cultural. Por consiguiente, la cultura como tema debe ser una preocupación en todos los niveles de la organización de la sociedad o del Estado. Antes de emprender cualquier tipo de desarrollo, por ejemplo la construcción de una carretera troncal, la apertura de un hotel turístico, la ubicación de un complejo industrial, hay que determinar los efectos de dicho desarrollo en la cultura de la gente y tomar las previsiones del caso. Si esto no se hace, el desarrollo, por positivos que sean sus objetivos, puede producir resultados netos adversos. En otras palabras, el "desarrollo" fuera del contexto de la cultura puede ser contraproducente».

Los planificadores económicos tienden a dejar la cultura fuera de su modelo de desarrollo porque, en la ideología industrial, la cultura inmaterial tiene baja prioridad y el éxito se mide en función del progreso material cuantitativo. Moore señala que el ascenso de la ideología capitalista en Occidente ha producido diversos efectos en las artes creativas. El gusto cada vez más conservador de los nuevos ricos llevó a una demanda de obras "artísticas" (culturales) estereotipadas producidas en masa y basadas en esquemas tradicionales.

La falta de énfasis en una orientación cultural se manifiesta visiblemente en las estaciones de radio de diversos países africanos, en las que la música tradicional se transmite en horas de baja sintonía o se presenta sin tomar en cuenta a una audiencia multilingüe y multicultural o se clasifica como un tema de especialistas, una ética sobre lo que es y lo que no es noticia derivada de los conceptos occidentales de lo que es importante. Si se soslaya la cultura y sus expresiones, la gente de las aldeas, el alma misma de la nación africana, se verá excluida del proceso de toma de decisiones. Habría que darle la posibilidad de que vea y experimente que los cambios le traerán beneficios dentro de su propia perspectiva del mundo.

Shinar (1982) estudia detenidamente si el desarrollo en África o en el Tercer Mundo en conjunto debe ser o no una réplica del proceso que tuvo lugar antes en Occidente. Los estudios han demostrado hasta ahora un fuerte etnocentrismo, centrado en la occidentalización y en supuestos deterministas sobre el desarrollo y percepciones sociales unidimensionales que ponen el acento en la responsabilidad local.

En lo que se refiere a la investigación de los medios, Shinar sostiene que los investigadores de la comunicación deberían preocuparse más por descubrir redes alternativas y supeditarse menos al mito de los poderosos medios. Hasta ahora, nuestros investigadores han desempeñado el papel de agentes extranjeros, así como nuestras emisoras han representado al imperialismo cultural. Hay una tendencia facilista a representar a una cultura investigativa que se desarrolló en Occidente y se internacionalizó y a no considerar las circunstancias específicas de la sociedad que se está estudiando.

Los estudios de desarrollo desde tiempo atrás han sostenido un conjunto de supuestos que han hecho que los investigadores y profesionales se centren en los aspectos tecnológicos y organizativos de los modelos importados de la comunicación de masas y subestimen las características socioculturales de los medios locales. Este conjunto de supuestos es evidente en el paradigma predominante en la sociología de los medios que prevaleció en la década de 1930 y en las teorías ortodoxas subsiguientes de modernización y difusión de la tradición weberiana. Ese marco teórico, que apoya el enfoque difusionista, necesariamente ha conducido, como dice Shinar, «al desarrollo del mito de los poderosos medios de comunicación y a una frustración con sus fracasos».

El estudio de la comunicación necesita hoy en día un nuevo enfoque o modelo. Shinar sugiere «un enfoque de convergencia» más flexible que los prevalecientes de modernización y libre de sus restricciones espaciales, temporales, culturales e ideológicas: la convergencia de la dinámica social y las interacciones multidimensionales entre fuerzas internas y externas. El nuevo enfoque, por tanto, tomaría en cuenta el esencialismo, un conjunto de tradiciones y símbolos autóctonos, y el epocalismo, producto de las influencias ideológicas, tecnológicas y económicas extranjeras, entre otras.

La necesidad de flexibilidad en los enfoques de investigación, particularmente en los países del Tercer Mundo, sobre todo África, sugiere influencias que abarquen más terreno en cuanto a la historia y a las distintas esferas de la cultura. Esto conduciría a resultados más amplios y a un trazado más preciso de las redes de comunicación basado en el conocimiento de las estructuras institucionales y en percepciones realistas de los órdenes sociales. Binod Agrawal (1982) sugiere un enfoque de «alianza de las comunicaciones» que manifieste una ética cultural que permita entender la relación dinámica del mutuo intercambio y suministro de información, conocimientos y sabiduría a través del tiempo. Una alianza de las comunicaciones define las relaciones y se construye horizontal, vertical y diagonalmente

a partir de respuestas voluntarias e imaginadas. El llamado derecho de comunicar forma parte de la misma y, ciertamente, está ligado a la cultura.

Los principios del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), Sección IV (e) (a). de la UNESCO incluyen «la eliminación de obstáculos internos y externos al libre flujo de la información y a su difusión más amplia y mejor». Esto resalta el desarrollo y la utilización de los medios de comunicación tradicionales para fomentar la participación en África como una manera substancial de responder al NOMIC.

El reto que enfrentan actualmente los encargados de formular políticas y los especialistas en comunicación en África es la necesidad de comprender claramente los resultados que lograrían los medios populares para la movilización y para el desarrollo. Desgraciadamente, no hay suficiente información bien organizada proveniente de los países en los que los *oramedia* se han utilizado en el desarrollo social para reforzar el argumento en favor de usarlos más ampliamente en la región africana. Por lo tanto, la investigación debe centrarse en las tareas siguientes:

- Una bibliografía mundial general sistematizada sobre el uso de los medios de comunicación tradicionales.
- Un inventario de los sistemas y estructuras de medios populares en el que se muestren sus orígenes y propósitos, sus modos y formatos, sus adaptaciones tecnológicas y sus limitaciones.
- Estudios de casos específicos de estructuras o procesos mayores que incorporen medios populares.
- Estudios sobre la posible integración entre las formas de los medios populares y los medios modernos grupales y de masas.
- Estudios de la eficacia comparativa de la estructura de un medio popular en comparación con otro.
- El desarrollo de un nuevo modelo de comunicación que responda a una comprensión cabal de las potencialidades de la música folclórica.

Se necesita identificar sistemáticamente los símbolos que existen en los canales de los medios de comunicación tradicionales y cómo pueden ser adaptados para una comunicación eficaz. Se trata de retos formidables para la investigación. Son desafíos que exigen compromiso y previsión por parte de quienes estén genuinamente convencidos de las potencialidades y la importancia de los *oramedia* en el proceso de desarrollo.

Bibliografía citada

AGRAWAL, BINOD C. (1982). "COMMUNICATION STRUCTURES IN INDIA: A CASE STUDY OF TELEVISION". PONENCIA PRESENTADA EN EL CONGRESO DE LA INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MASS COMMUNICATION RESEARCH. PARIS.

DEI-ANANG, MICHAEL (1964). *Ghana Resurgent*. Accra, Waterville Publishing House.

Fernández, J.W. (1969). "Independent African Christianity: its study and its future" en *Journal of Asian and African* Studies, IV, 2.

Katz, Elihu y Weddel, George (1978). *Broadcasting in the Third World*. Cambridge, Harvard University Press.

Kipkorir, B.E. (1980). *Towards a cultural policy for Kenya: some views*. University of Nairobi, Institute of African Studies.

Kubik, Gerald (1962). *Music from Kenya*. London, Transcription Centre.

Lent, John A. (1982). "Grassroots Renaissance: folk media in the Third World" en *Media Asia*, IX, 1.

MacBride, Sean y otros (1980). *Many Voices, One World*. Paris, UNESCO.

Moore, S. (1982). "Music for life's sake: mediatory role of the arts for socialisation in non-industrialised regions". Ponencia presentada en el Congreso de la International Association for Mass Communication Research. Paris.

Renganath, H.K. (1982). "Adaptability of Indian folk forms to contemporary themes" en *Media Asia*, IX, 1.

Shinar, Dov (1982). "The myth of the mighty media: communication networks in process of social change". Ponencia presentada en el Congreso de la International Association for Mass Communication Research. Paris.

Ugboajah, Frank Okwu (1979). "Developing indigenous communication in Nigeria" en *Journal of Communication*, XXIX.

White, Robert (1982). "Contradictions in contemporary policies for democratic communication". Ponencia presentada en el Congreso de la International Association for Mass Communication Research. Paris.

Wilson, Desmond E. (1981). "From the gong to electronics: a survey of trado-modern mass communication techniques in the Cross River State of Nigeria". MA Thesis. Nigeria, University of Ibadan.

Extracto de

El reto que enfrentamos

George Gerbner

[...] Cuando la conciencia colectiva se transforma más que nada en un producto manufacturado, también se convierte en una parte integral y constitutiva de la existencia social, no sólo un reflejo de la misma. Por ende, la investigación y difusión pública de la conducta industrial en el campo de la cultura, tanto en la elaboración de políticas como de conceptos, se vuelven tareas centrales del análisis social.

La cultura es ese sistema de mensajes e imágenes que regula las relaciones sociales y nos presenta los papeles de género, edad, clase y vocación; nos da modelos de conformidad y objetivos contra los cuales rebelarse; nos ofrece una gama de personalidades, temperamentos y mentalidades que se consideran nuestras "características". Es decir, la cultura es la organización simbólica que nos socializa y cultiva nuestras fantasías sobre la realidad. Es un sistema de historias e imágenes, cada vez más masivas, que introduce una estructura industrial a la conciencia humana, ayudando así a dar forma a ambos.

¿Cuál es nuestra defensa, poder, autoridad? Cuando los términos del debate público están dominados por las versiones de la vida propias de los medios masivos, depender solamente de la retórica y la polémica tradicionales es contraproducente. Nuestra defensa puede ser el esfuerzo resuelto de enfrentarnos a las tendencias arrolladoras de nuestra cultura, y no sólo aceptarlas. Nuestro poder puede basarse en un esfuerzo disciplinado por comprender y exponer la dinámica de la creación de mitos en la so-

Ugboajah, Frank Okwu (1985). "Oramedia in Africa" en Ugboajah, O. (ed.) *Mass Communication, Culture and Society in West Africa*. London, Hans Zell. Reproducción autorizada.

ciedad, y descubrir qué ocurre cuando ese proceso afecta la vida de millones de personas. Frente a todas las fuerzas y voces contrarias desplegadas contra ese sutil poder, nuestra autoridad sólo puede apoyarse en alguna referencia a un mundo real y en nuestra voluntad de reforzar nuestro argumento de una manera públicamente comprobable. Es la habilidad de decir "Si no lo crees, así puedes averiguarlo por ti mismo", y luego dejar que las cosas caigan por su propio peso. La necesidad de tener autoridad —y no sólo alguna postura científica trascendental— en una lucha que de otro modo sería desigual es la verdadera razón para una aproximación empírica a la teoría histórica y al análisis social.

Por ello, es importante aprender formas públicamente justificables de descubrir qué hacen nuestras historias colectivas y, sobre todo, cómo y para quién reflejan, expresan y moldean nuestro mundo.

Hay básicamente tres tipos de historias.

Las primeras son historias sobre cómo *funcionan* las cosas. Explican la red fundamental, pero invisible, de nuestras relaciones. Describen hechos y personas y los ponen en marcha para que la dinámica oculta de su interacción pueda ser vista y explorada. A este tipo de historia se le llama ficción, drama, poesía y otras formas de arte. Sólo la creación artística puede incorporar una visión humana completa y persuasiva sobre cómo funcionan las cosas realmente.

Las segundas son historias sobre cómo *son* las cosas. Dan cierta verosimilitud a la mitología global sobre cómo funcionan las cosas. Completan el marco sintético con hechos-noticia, anécdotas, descripciones y explicaciones seleccionadas para validar la fantasía de la sociedad sobre su realidad. En algunos casos, abordan la difícil y riesgosa tarea de desafiar a la mitología.

Las terceras son historias sobre los *valores* y las *decisiones*. Es como decir: si esto es cómo funcionan y qué son las cosas, ¿que debemos hacer respecto de ellas? ¿Cuáles son nuestras opciones y qué prioridades debemos tener? Son los llamamientos, sermones e instrucciones de todos los tiempos. Hoy en día, a la mayor parte de ellos se les llama anuncios comerciales. Presentan los estilos de vida deseables y las elecciones que deben hacerse para obtenerlos. (Si han de servir a diferentes valores, entonces deben ofrecer tácticas distintas que se basen en versiones diferentes de la realidad y en visiones de cómo funcionan las cosas realmente).

Los tres tipos de historias se han combinado de diversas maneras en distintas épocas culturales.

Primero, obviamente, está la forma preindustrial de explicar cómo funcionan las cosas, qué son y qué hacer respecto de ellas. La forma preindustrial es cara a cara. Depende de la memoria y del rito. Requiere de una gran cantidad de repetición y de la acumulación de un conjunto limitado de historias sobre el origen del Universo, el significado de la vida y las formas correctas de comportarse. Los líderes tribales podían contar o interpretar las historias para cada pequeña comunidad. Esa forma común de pensar y vivir, que luego se llamó religión, era, por supuesto, también la forma de socializar a los niños y administrar los asuntos de la comunidad. Era relativamente centralizada, unificada, estable y total.

Luego vino la transformación industrial. La primera máquina fue la imprenta. El primer bien industrial estandarizado fue el libro. Eso preparó el terreno para las transformaciones venideras. La imprenta rompe con el rito y con la comunicación interpersonal. Las historias impresas son paquetes trasladables de conciencia que pueden ser llevados, y muchas veces contrabandeados, a través de las fronteras —antes impenetrables o fuertemente resguardadas— del tiempo, espacio, idioma, religión o posición social. El libro libera a las personas de sus ataduras tradicionales, a la vez que la revolución industrial las desplaza de sus comunidades y culturas; las libera de la dependencia histórica de los sermones e interpretaciones de sus jefes y sacerdotes locales. El libro ahora está a disposición de todos quienes puedan leer (una nueva clase) para que lo interpreten como quieran, y como las obras de narradores lejanos logren interpretarlo para ellos.

Mientras tanto, la gente se dedica a largas y costosas pugnas (algunas aún en marcha) por contar historias y así moldear la realidad desde sus propios puntos de vista. Este conflicto es necesario para formar nuevas identidades e intereses mientras la era industrial fragmenta a la comunidad en diversas clases antagónicas, mezcla grupos religiosos y étnicos, y reestructura el proceso de humanización hasta entonces limitado por la geografía y una relativa estabilidad. La forma de lograr algún control sobre las nuevas conciencias divergentes, en una situación sin precedentes de movilidad y cambio, es ganarse el derecho a seleccionar, escribir y publicar historias (y así crear públicos) que surgen de concepciones radicalmente diferentes de la realidad existente en la misma sociedad. Los conceptos de individualidad y conciencia de clase datan de esta época. La publicación de diferentes tipos de historias crea y cultiva públicos masivos —esos colectivos desarticulados de personas que comparten alguna conciencia sin nunca conocerse personalmente—, necesarios para el autogobierno y gran parte de la vida económica, educativa, religiosa y cultural de la época industrial de la imprenta. La industrialización de la narración de historias convierte a la socialización y la formación de públicos en un producto del sistema de producción masiva de símbolos.

Luego vino la segunda transformación industrial. Entramos a la época de las telecomunicaciones. Su medio principal es la televisión, que se superpone a la cultura basada en la imprenta y la reorganiza. La televisión tiene sus propias características. Es un rito centralizado, distante y persuasivo y, sin embargo, aparentemente personal e íntimo. Produce y difunde (a menudo mundialmente) un número limitado de historias sobre cómo funcionan las cosas, qué son y qué hacer respecto de ellas, junto a las celebridades, mundos, tipos sociales y otros mitos que convierten a la audiencia, que de otro modo sería diversa, en un nuevo tipo de comunidad: el público masivo moderno. En cuanto a sus funciones socializantes esenciales, la televisión es más parecida a la religión tribal que cualquier medio selectivamente utilizado anteriormente [...].

Sin embargo, la televisión ha abolido el antiguo provincialismo y el localismo. En términos culturales ya nadie está en el medio de la nada. Uno puede ser muy joven o muy viejo, estar lejos del centro de la acción, echado en un hospital o encerrado en una prisión y seguir viviendo en la misma cultura predominante del mundo de la televisión al igual que los más capaces, libres de movimiento o afortunados.

Por primera vez en la historia de la humanidad, el residente de la mansión de lujo comparte gran parte de la cultura colectiva con el habitante de un gueto. Los famosos y los tristemente célebres, las celebridades y los delincuentes, los estadistas, los espías, los policías y una fila de otros héroes y villanos culturales que conforman la mitología común, ahora entran al hogar y están a disposición de todos. La televisión es el cemento que cohesiona una sociedad por lo demás diversa y divergente. El mundo que presenta abarca más grandes obras de arte, ciencia y filosofía de lo que una nación entera alguna vez ha compartido antes. ¿Cuál es, entonces, el reto que enfrenta la construcción de una auténtica filosofía pública?

Para contestar esa pregunta tenemos que repasar la evidencia. Ésta se refiere a invertir la tendencia hacia la diferenciación de la conciencia según los intereses individuales y grupales, y más bien señala el surgimiento de un contexto común de historias usadas ritualmente, que presentan un mundo según la televisión.

El mundo de la televisión

Nos hemos alejado de la experiencia histórica de la humanidad. Los niños solían crecer en un hogar

donde los padres contaban la mayoría de las historias. Actualmente, la televisión cuenta la mayoría de las historias a la mayoría de las personas la mayor parte del tiempo. Cualquier Papa o emperador envidiaría el púlpito electrónico y fiel mensajero. Los niños no tienen cinco o seis años de desarrollo relativamente protegido en el seno de la familia o el vecindario antes de salir a la cultura exterior de la escuela y la lectura. Para cuando pueden hablar, no digamos leer, han absorbido cientos de miles de historias —programas, noticias, comerciales— producidos en cadena por la televisión según las especificaciones de los gustos adultos y las necesidades industriales. El ritual masivo omnipresente desdibuja, cuando no elimina, las distinciones sociales enraizadas en la filiación subcultural y de clase, mezcla la conciencia comunitaria con las corrientes dominantes y la inclina en la dirección de sus propios intereses institucionales.

¿Cómo funciona? ¿Qué es el mundo de la televisión? Para descubrir sus principales características y funciones es necesario analizar las estructuras habituales desde una perspectiva diferente. Los ritos racionalizan un orden social y están a su servicio. Hacen que lo necesario e inevitable parezca también natural y correcto. En las historias convencionales de entretenimiento, los argumentos desempeñan una función racionalizadora. Son una novedad, una diversión y una distracción frente a la repetición constante de las funciones que desempeñan el reparto de papeles, el poder y el destino. Se debe observar entonces quién es quién (el número y caracterización de los diferentes tipos sociales en el reparto), quiénes arriesgan y qué consiguen (el poder de asignar recursos que incluyen la integridad personal, la libertad de acción y la seguridad) y quiénes llegan a qué desenlace (el destino o los resultados inherentes a la estructura que relaciona a los tipos sociales con un cálculo del poder, los riesgos y el relativo éxito o fracaso).

Al observarlo así, como lo venimos haciendo desde hace más de quince años a través de un muestreo anual, encontramos que el mundo del drama televisivo es uno en el que los hombres superan en número a las mujeres por lo menos en una proporción de tres a uno; los jóvenes representan un tercio y las personas mayores un quinto de su proporción real en la población; y, las demás minorías no participan mucho en la acción, pero sí en los riesgos. Las lecciones que aprendimos de encuestar a televidentes ocasionales y asiduos entre grupos similares en los demás aspectos, es que esto tiende a cultivar y confirmar algunas de nuestras desigualdades y prejuicios estereotipados en vez de cuestionarlos o cambiarlos.

Encontramos que entre los telespectadores más asiduos (similares a los ocasionales en cuanto a sus ingresos, educación, sexo, edad, etc.) es menos probable que crean que las mujeres son tan capaces como los hombres para asumir posiciones de responsabilidad, son más propensos a oponerse a la vivienda accesible a todos, ver a los ciudadanos mayores como una especie en extinción y, en general, a responder a nuestras encuestas de una manera que calificaríamos de sexista, racista o discriminatoria por causa de la edad.

El mundo según la televisión también es uno en el que la violencia ocurre en un promedio de 6 actos por hora en el horario estelar y 25 por hora en la programación diurna de fin de semana para niños. La violencia es esencialmente una manifestación de poder. Demuestra quiénes pueden salirse con la suya y contra quiénes. La exposición a la violencia cultiva una sensación de poder relativo, un sentido de los riesgos y del lugar de cada quien en la jerarquía social, así como una elevada sensación de ansiedad e inseguridad sobre un mundo que se muestra bastante más perverso y peligroso de lo que alguna vez haya sido posible experimentar personalmente. La inseguridad lleva a demandas de protección, dependencia de la autoridad y aceptación de la represión si se ejerce en nombre de la seguridad. Medidas simples, fuertes y duras, y posturas de línea conservadora, tanto políticas como religiosas, atraen a telespectadores ansiosos y alienados que se sienten perplejos ante el cambio y se resisten a él.

En el mundo de la televisión la mayoría de la gente es profesional. El personal de servicio y los obreros, que conforman el 60% de la población, son sólo el 10% en la televisión. El telespectador promedio del horario estelar ve un reparto estable de aproximadamente 300 personajes por semana. De esos 300, aproximadamente 44 son policías y 21 son delincuentes. La restauración de la ley y el orden es una de las atracciones principales del rito. Y la característica más general de los televidentes asiduos, en comparación con grupos similares de espectadores ocasionales, es una cierta rigidez y resistencia al cambio.

Pese a la presencia abrumadora de profesionales, el proceso de educación tiene un papel pequeño y ambivalente. Las encuestas muestran que mientras más televisión ven los niños y adolescentes, menores son sus aspiraciones educativas y sus puntajes en las pruebas escolares y de inteligencia.

Hemos encontrado que, en términos generales, ver televisión es inversamente proporcional a asistir a la iglesia. Sin embargo, ver programación religiosa —la llamada iglesia electrónica— sí es característico de los televidentes asiduos. Análisis preliminares de los resultados de encuestas confirman la impresión de que los telespectadores frecuentes de programas religiosos son menos respetuosos de los derechos de las mujeres y las minorías, y más partidarios del armamentismo que grupos similares que no ven esa programación.

Éstas son algunas de las características y funciones de la mitología televisiva, sólo unas cuantas de la gran cantidad que hemos estudiado. Sin embargo, tan relevantes como estos resultados individuales son aquellos que demuestran que la televisión reduce o elimina las diferencias en la conciencia que la gente tiene sobre el mundo que la rodea, al absorber a sus telespectadores en su corriente dominante, sintética y homogeneizada. La gran mayoría de las historias que conforman el mundo según la televisión se fabrican a partir de especificaciones uniformes que responden a intereses institucionales y comerciales. Por atractivo que parezca, el mundo de la televisión, en lugar de servir de mediador, nos esconde de los requisitos colectivos —siempre cambiantes— de moralidad, equidad, justicia y supervivencia en un mundo real.

La liberación no puede lograrse con sólo apagar el televisor. Para muchos, la televisión es lo más atractivo que se les ofrece a cualquier hora del día o de la noche. Vivimos en un mundo en el que la gran mayoría no va a prescindir de ella. Si no recibimos el mensaje de la televisión, lo hacemos a través de otra gente.

La estrategia de liberación

La sensación de impotencia y de imprevisión ante el reto de la televisión es devastadora y desconcertante. Aceptarla es aceptar la privación permanente de derechos y la extinción de la esperanza de públicos auténticos. Es un síntoma de inercia institucional y de bancarrota política.

La televisión es como una nueva religión estatal que dirige un Ministerio de Cultura privado —las tres cadenas[1]— que ofrece un programa de estudios universal, financiado por una especie de tributación oculta sin representación. Uno paga cuando lava, no cuando mira.[2] El precio de cada barra de jabón, y de otros productos publicitados, incluye un impuesto de unos US$ 100 al año por hogar, que pagamos por un servicio que no controlamos mediante nuestros votos ni mediante la demanda los espectadores.

Se necesita que las iglesias, las escuelas y los grupos ciudadanos guíen la organización y la acción. No se trata de dictar a los trabajadores creativos de la televisión lo que deben hacer; por el contrario, se trata de apoyar sus esfuerzos por librarse de las res-

tricciones del *rating* y de las ventas y fórmulas que se les impone.

La estrategia exige acciones en tres frentes. Los dirigentes de las iglesias y escuelas —¿quiénes más?— pueden encabezar el movimiento, como ya han empezado a hacerlo, a fin de restaurar o construir nuevamente un sustento independiente para audiencias con una conciencia y filosofía auténticas. El esfuerzo desde la base exige una evaluación cuidadosa de las corrientes imperantes y sus rumbos institucionales. Las habilidades y las percepciones de las artes libres y el análisis clásico se deben ahora aplicar al entorno cultural cotidiano del cual todos aprenden. Los estudios de los medios masivos y de observación crítica deben formar parte medular de todas las formas de educación.

Aprender a ser padres y ciudadanos en una cultura de la televisión también forma parte de la liberación. La participación y el debate, en lugar de la proscripción o la prescripción, es la mejor manera de poner a la persona, no al televisor, en control del mensaje.

La ciudadanía en la era de la televisión incluye la lucha por el acceso y la participación real en las decisiones institucionales que afectan los valores de la especie humana y la conformación de su mundo. La adopción de tales decisiones se basa en acuerdos políticos imperantes, tal como la ley en virtud de la cual los gastos en publicidad son deducibles de impuestos, con lo cual miles de millones de fondos públicos se traspasan a fines privados. Las maneras democráticas de cambiar ese tipo de acuerdos son necesariamente políticas. Todos los países han enfrentado problemas similares y les han dado soluciones que merecen estudiarse a fin de estimular la imaginación política necesaria para crear alternativas nacionales viables. Una ampliación de la base de recursos en los medios es una manera de librarlos de las restricciones que los hacen presentar los paquetes de programación fáciles de vender que convienen al mercantilismo de los medios pero excluyen otros intereses. El control de las políticas, actualmente centralizado en la práctica, tendrá que democratizarse y volverse representativo de una variedad más amplia de intereses tanto públicos como privados. Sólo entonces podrá ser más factible una visión de públicos auténticos que moldeen su propia realidad.

Notas

1 ABC, CBS y NBC (N. del E.).

2 En el original en inglés: "You pay when you *wash*, not when you *watch*".

Gerbner, George (1986). "The challenge before us" en Becker, Jörg; Göran, H. y Paldan, L. *Communication and Domination. Essays to Honor Herbert I. Schiller*. New Jersey, Ablex Publishing Corporation. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Extracto de

La radio como herramienta de desarrollo

Daudi Mwakawago

Hace veinte años, el satélite de comunicaciones era una novedad tecnológica, y sus aplicaciones tema de especulación y debates teóricos. Hoy es la piedra angular de una red mundial de comunicaciones diversa y en rápida expansión de la que empiezan a depender cada vez más los países tanto desarrollados como en vías de desarrollo. Está cambiando a una amplia gama de instituciones sociales y engendrando otras absolutamente originales.

Ése es el telón de fondo para el tema en cuestión. Para la materia prima, tenemos a personas situadas específicamente en los países en vías de desarrollo, actualmente llamados países del Tercer Mundo. Hay espacio y ese algo intangible llamado cambio. El objetivo es pasar mensajes cuidadosamente ensamblados que, una vez recibidos, generarán en la persona receptora del mensaje una sensación de insatisfacción con el estado actual de las cosas y un vivo deseo de actuar. Ése es un paso inicial muy importante. En segundo lugar, quien responde debe sentirse suficientemente motivado para actuar de modo similar con otros receptores del mensaje, a fin de cambiar la situación en que se encuentra. A eso se le llama cambio. Pero antes de entrar en más detalles, hay una serie de preguntas que exigen respuestas críticas.

La primera pregunta se centra en el grupo de personas que formularán el mensaje que se va a comunicar. ¿Quiénes son y qué legitimidad tienen? Es importante saber qué grupo es para poder evaluar el cambio deseado. En las complejidades de los países del Tercer Mundo hay muchas variaciones. En algunos estados, el comunicador es el partido político en el poder. En otros, es la empresa multinacional propietaria de los medios de comunicación. Una tercera posibilidad es un departamento u organismo del gobierno. Ése es un factor importante al hablar sobre los medios en los países en vías de desarrollo. Una vez que identifiquemos a la entidad que emite los mensajes podremos saber qué tipo de cambio es probable que se desee.

Pero eso no es todo. Está el asunto de cómo se comunicará el mensaje y, más crucial aún, el alcance del vehículo de comunicación. El alcance de la cobertura de los medios afecta la calidad del cambio y la velocidad a la que tendrá lugar.

Luego hay preguntas conexas, como la claridad del mensaje en el receptor, y el nivel de sofisticación del receptor. Un receptor analfabeto o incluso semianalfabeto podrían distorsionar el significado del mensaje recibido. Ésa es una posibilidad que se debe tomar muy en serio.

Otra pregunta que merece consideración es la naturaleza del cambio deseado. ¿Cuánta libertad debe concedérsele al oyente? Una escuela de pensamiento alega que para un cambio rápido, todas las vías de comunicación deben manejarse desde un solo centro para que el receptor no se confunda con mensajes múltiples que provocan reacciones contradictorias. La escuela más progresista sostiene que el receptor debe tener la libertad de escoger lo que quiere. La responsabilidad de hacer que el mensaje sea atractivo recae en el comunicador del mensaje. Sin embargo, no se pueden obviar los valores culturales en dicho ejercicio.

Por último, pero no por ello menos importante, está la pregunta de la interdependencia entre los países

del mundo. El Tercer Mundo se diferencia sólo para propósitos analíticos. Forma parte del mundo en conjunto. Como tal, se ve afectado en diversos grados por todas las fuerzas de cambio, tanto negativas como positivas, que influyen en el mundo en general. Algunas de las influencias son directas, mientras muchas otras son indirectas. Debe analizarse el contexto para adquirir una perspectiva clara del tema.

Habiendo establecido el escenario, pasemos ahora a hablar sobre el papel específico de la radio como herramienta de desarrollo. Es el canal a través del cual se comunican mensajes importantes cuyo propósito es cambiar los estilos de vida de los destinatarios. El desarrollo, en este contexto, significa entonces un cambio cualitativo por medio de la influencia de mensajes organizados externamente y recibidos mediante la radio.

La radio y los países del Tercer Mundo

Antes de considerar el papel y el lugar de la radio en el desarrollo de estados nuevos, es importante subrayar las realidades de los denominados países en vías de desarrollo. Las características relevantes de dichos países son altos índices de analfabetismo, bajos ingresos per cápita y una expectativa de vida equivalente a casi la mitad de la de los países desarrollados. Además, se caracterizan por altos índices de pobreza y enfermedades. Aunque la tasa de mortalidad es alta, el crecimiento de la población es enorme. Se dice que la población de África se habrá duplicado para el año 2000, pero la producción de alimentos no habrá crecido al mismo ritmo. Habrá más bocas que alimentar que alimentos para darles. La mayoría de los países del Tercer Mundo son productores de materia prima y consumidores de productos terminados provenientes de los países desarrollados. Eso significa que se encuentran en la periferia del escenario económico mundial.

Ése es el panorama sombrío que, necesariamente, tiene que tomarse en cuenta al hablar sobre el papel de la radio, o de los medios de comunicación de masas, en el desarrollo. Pero, a pesar de este panorama sombrío, hay aspectos muy positivos e importantes en los países en vías de desarrollo. Tienen un potencial enorme de desarrollo, especialmente en la agricultura y la explotación minera. Lo que se necesita es una inversión masiva de capital y *know-how*. Pero, antes de buscar capital y *know-how*, está el tema de la movilización total de la población apta de los países en cuestión. Es allí donde se vuelve crucial el vehículo usado para llegar a la población.

En cuanto al desarrollo, las naciones nuevas tienen, en palabras de Wilbur Schramm (1964): «el requisito urgente de cambiar rápida y ampliamente, pero lo menos dolorosamente posible». Para eso, se necesita un medio de comunicación poderoso para que la población esté dispuesta a emprender el esfuerzo correspondiente.

Las reuniones públicas son bastante inadecuadas, la eficacia de los periódicos se ve limitada por los altos índices de analfabetismo y la televisión, que podría ser muy útil, no sólo es muy costosa para el Estado, sino también para la mayor parte de la población. Por lo tanto, la radio se convierte en la única opción natural. Dada la revolución de la transistorización, la radio es el único medio al alcance del bolsillo de la mayoría de la gente en los países en vías de desarrollo. Por eso centraremos toda nuestra atención en ese medio.

El desarrollo en el contexto de los estados nuevos tiene dos objetivos. Por un lado, existe la necesidad de una integración nacional. La mayoría de los países en vías de desarrollo se han independizado en los últimos veinte años. El sentido de nación es un fenómeno nuevo. No se puede dar por sentado; hay que construirlo. Junto con la construcción de una nación, la otra tarea es la de elevar los niveles de vida de la población. Ambos objetivos necesitan el apoyo de medios de comunicación poderosos.

Convertirse en nación implica aglutinar a muchas tribus, razas y grupos étnicos. El cultivo de una conciencia más amplia requiere de la popularización de conceptos que trascienden las estrechas consideraciones étnicas y parroquiales. Nuestro país, nuestro gobierno, así como los símbolos nacionales —el líder nacional, la bandera nacional y el himno nacional— tienen que convertirse en el centro de la lealtad, en lugar del jefe de la tribu y los mayores de la aldea. Evidentemente, las conexiones internacionales de un estado-nación nuevo también son un apoyo importante para la construcción de la nación. Por lo tanto, no es de sorprender que las señales de radio estén tan cargadas de nacionalismo. Ayuda a crear y reforzar la nueva identidad de un pueblo. Genera un sentido de pertenencia, así como de participación en los logros del nuevo estado. En el proceso nace una nación, aunque se pierda algo que es valioso en sí mismo. Pero quizá el desarrollo de una conciencia nacional sea un ejercicio mucho más fácil que el de movilizar a la población para elevar sus niveles de vida.

Elevar los niveles de vida es un asunto mucho más complicado, porque ataca la tradición y las ideas y prácticas comprobadas a través del tiempo. Se le pide a la gente que cambie no sólo de actitud, sino también su manera de hacer las cosas. Las costumbres sociales se ven afectadas, lo que podría tener un efecto muy perturbador. Pero de eso se trata el cambio. A personas que eran autosuficientes en sus aldeas se les exhorta a sembrar y cosechar nuevos cultivos comerciales que, en la mayoría de los casos, no son para uso propio inmediato, sino para el mercado exterior. A cambio, la población local necesita bienes importados, como radios, ropa y libros, por mencionar sólo algunos. Este desarrollo crea nuevas relaciones. Los nuevos cultivos exigen nuevas técnicas de cultivo y manipulación, y la creación de vínculos más amplios con el mundo. En los estados nuevos[1] se cultiva sisal, algodón, café, té, pelitre, anacardos, cacao y tabaco para el mercado de exportación. Por tanto, hay que entender el significado de conceptos como divisas, condiciones comerciales, mercado mundial, etc. Pero quizá más importante aún es que, después de la venta de las cosechas, se necesita aprender a usar el dinero obtenido para comprar nuevos tipos de bienes y servicios, que tienen nuevos valores culturales y socioeconómicos, anteriormente desconocidos en el pequeño ámbito de la vida en la aldea tradicional.

Hay que inculcar actitudes nuevas y la radio puede hacer un trabajo importante en este sentido. Al viajar por Tanzania hoy en día, no es raro ver a un campesino montando bicicleta con su radio a transistores. El aparato de radio se ha convertido en un compañero. Pero la radio también comunica mensajes de todas partes del mundo. La música es la programación más popular para muchos oyentes. Sin embargo, ya que en África oriental el kiswahili es la lengua franca, muchas estaciones de radio del mundo producen programas en swahili. Por lo tanto, el control de lo que reciben los oyentes en Tanzania no es sólo un tema delicado, sino crucial.

¿Quién controla la radio?

Tal como ya se ha sugerido, la expansión de la cobertura de la radio en los estados nuevos es necesaria por su papel como formador de la opinión pública, pero tiene otras funciones importantes, como el entretenimiento, las noticias y la educación. Todas estas funciones están controladas. En algunos estados, el gobierno tiene la propiedad y el control de la radio; en otros, aunque sea de propiedad del gobierno, es controlada por una entidad autónoma. En aún otros estados, prevalece una mezcla de control público y privado. Dado el deseo de desarrollo, sea cual fuere el mecanismo de propiedad y control, es evidente que habrá diferencias entre las maneras de formular los mensajes y luego comunicarlos al público en general.

Un gobierno comprometido con el rápido cambio socioeconómico por medio de una intervención estatal dinámica tiende a querer controlar todos los instrumentos de persuasión e influencia. Pero incluso un gobierno comprometido con el *laissez-faire*

de un sistema de libre mercado insistirá en controlar los medios de comunicación de masas. En este caso, el objetivo tiende a ser el control del resultado de los acontecimientos, no el fomento del cambio rápido. Una manera de identificar el objetivo de la radio en un país en vías de desarrollo es estudiar su nombre. Tenemos, por ejemplo, Radio Tanzania por una Tanzania socialista, la *Voz de Kenia* para una Kenia de libre empresa, la *Voz de Etiopía Revolucionaria*, el Servicio de Radiodifusión de Zambia y Radio Uganda, por mencionar sólo algunos. Los nombres de las estaciones son indicativos del papel central asignado a los medios masivos en el desarrollo de estos países. Los dos objetivos de fomentar el sentido de nación y de actuar como punto focal del desarrollo se pueden discernir claramente. Pero se necesita un examen más profundo del contenido de los programas para determinar los usos que se da a los medios.

Existe un creciente debate en los países en vías de desarrollo acerca de quiénes deberían controlar los medios masivos. Ya se ha señalado que existen varias formas y variedades de control. Pero lo que nos interesa aquí es subrayar las principales áreas de consideración para decidir la mejor forma de control. En un país donde la prioridad es crear un sentido de nación, el Estado o el gobierno deben tener el control de los medios masivos. Esta proposición necesariamente se extiende a casi todos los países en vías de desarrollo. Por consiguiente, los programas de educación se formularían y transmitirían desde una autoridad central con el objetivo principal de crear una conciencia nacional.

La única área donde se podría considerar cierta medida de descentralización es la del entretenimiento. Pero incluso allí es probable que se haga una clara distinción. La música y el drama con fines puramente de entretenimiento se podrían descentralizar, pero las presentaciones dramáticas cuyo propósito es contribuir a la construcción de la nación se deben dirigir centralizadamente. Sé que habrá acusaciones de manipulación y, posiblemente, de adoctrinamiento por parte del gobierno. No hay una respuesta breve para eso. Ningún programa está completamente libre de manipulación. Incluso en los países de economía de mercado tiende a haber grupos que tratan de monopolizar y manipular la comunicación y necesitan ser controlados por la intervención pública. No existe la libertad total de los medios. Las preguntas vitales son: ¿quién controla y cuál es la naturaleza del control?

Contenido de la programación

La radio, al igual que cualquier otro medio masivo, desempeña el papel tradicional de difundir noticias e información, entretener y educar. Los programas más populares son los de noticias y música. Invariablemente, la música *pop* de Occidente es muy popular en todas las estaciones de radio. Sin embargo, en el África central oriental existe la atracción adicional de la música de Zaire, que ha logrado ofrecer una alternativa propiamente africana a la música occidental. Cabe mencionar que hay pocos programas oficiales de intercambio, si es que los hay, entre las estaciones radiales de la región.

En cuanto a la distribución del tiempo, el análisis de la programación del Profesor Wedell (1979) sugiere: «De manera muy general, los países del Commonwealth [...] parecen dividir sus horarios de programación de radio en una proporción de 40:60 entre programas serios y de entretenimiento». Esa proporción da una idea del dilema que se enfrenta para convertir los deseos en realidad, independientemente de lo que quieran quienes ejercen el control. Es evidente a partir de estas cifras que los que predominan no son los programas serios. Son más bien los programas más ligeros los que llevan la batuta. Por consiguiente, en el debate sobre el papel de la radio en el desarrollo, los organismos de radiodifusión deben tomar nota de esa realidad y asegurar que también se incorporen los objetivos de desarrollo en la programación de entretenimiento, además de en la "seria".

Esto conduce a la necesidad de explorar más el concepto de desarrollo. Desarrollo es un cambio para bien. Para que trascienda, dicho cambio tiene que ser cuantitativo además de cualitativo. Debe beneficiar a la mayoría de la población y afectar sus gustos y su perspectiva del mundo. Si esto sucede, las personas se vuelven más asertivas y no sólo están ansiosas, sino también decididas a identificarse con la "nueva apariencia". Pero esto también supone que los nuevos bienes y servicios para los que se ha creado una demanda tienen que producirse o conseguirse en mucha mayor cantidad. La adquisición de bienes y servicios nuevos inevitablemente conduce a dejar de lado las formas y hábitos anteriores. En una sociedad no letrada, la radio puede ejercer y ejerce una influencia muy sustantiva en el estímulo de esta demanda de cosas nuevas.

Además de estimular la demanda, la radio por ende tiene el papel de contenerla y canalizarla hacia las áreas en las que se puede satisfacer. Como ha sucedido en Tanzania, la publicidad por la radio se usa para estimular la demanda como parte del proceso de desarrollo y el control de dicha publicidad se convierte en un instrumento esencial para regular la economía nacional. De este modo, el desarrollo enlaza el sistema comercial con los sistemas político, social y económico con el fin de reestructurar el tejido social para que refleje las influencias nuevas y los nuevos modos de hacer las cosas.

El impacto de la radio

Un grupo de gente reunida puede escuchar un aparato de radio muy pequeño sin apretujarse. Con un periódico, ni siquiera dos personas pueden leer un solo ejemplar cómodamente. El efecto multiplicador de la radio es bastante evidente. Por lo tanto, para los encargados de formular políticas, es un instrumento muy poderoso. Afortunadamente, todos los países en vías de desarrollo conocen bien el poder de la radio. Por eso, es de comprender que ésta sea considerada como un instrumento tan vital para el cambio de actitudes y la formación de gustos a favor de aquellas cosas que los programadores consideran importantes.

La radio es de uso generalizado en los programas de educación, tanto para adultos como para niños. Es una maestra muy eficaz. Influye en los oyentes en cuanto a la pronunciación del lenguaje, amplía su visión del mundo y, cuando se trata de ayudar a la audiencia, puede ser un poderoso agente de cambio. Pero, dado que el oyente quiere que se le entretenga, encontrar la combinación que capte la atención del público objetivo puede presentar un dilema. Un estudiante de los medios masivos en Tanzania lo ha expresado así: «Si se emplea el medio de la radiodifusión como un canal serio de comunicación para el desarrollo, también tiene que desempeñar un poco más el papel de educador. No es fácil doblegar al público en esa dirección, pero si la educación que brinda es pertinente, es probable que capte mucha atención» (Nkwabi Ng'wanakilala 1981).

El uso de la radio para estimular el desarrollo

Dados los malos sistemas de transporte en muchos de los países en vías de desarrollo, no es posible apoyarse en contactos personales. Un medio alternativo para comunicarse con la población es fundamental. Ya se ha señalado que el índice de analfabetismo es alto y, por lo tanto, los periódicos o la palabra escrita no pueden ser el principal medio de comunicación. La televisión sería ideal, pero es un medio sumamente costoso tanto de adquirir como de operar. Lo que queda, entonces, es la radio. Ante la revolución tecnológica que ha tenido lugar en los últimos veinte años, la radio es relativamente barata y, por ese motivo, está económicamente al alcance de todos los estados.

En vista de la disponibilidad relativa de la radio, es factible examinar en detalle sus usos posibles en el

fomento del desarrollo. Se pueden discernir cuatro áreas de uso: la información, la facilitación, la toma de decisiones, la educación y el entretenimiento. Abordaremos cada área una por una.

La radio es una fuente poderosa de información sobre las noticias nacionales e internacionales. Comunica los llamados de los dirigentes y transmite los detalles de los acontecimientos de un rincón al otro del país. Cumple una doble función. Por un lado, relata los acontecimientos, poniendo en alerta al oyente. Pero, asimismo, informa. Para ilustrar esta doble función a través de un ejemplo concreto ocurrido en Tanzania, nos remitimos a un debate acalorado que tuvo lugar en la Asamblea Nacional en 1975 durante una discusión respecto de los cálculos del Ministerio de Información y Difusión para 1975/76. El tema que suscitó mucha preocupación fue el tiempo asignado a los obituarios. Se había dispuesto que se asignaran cinco minutos antes o después de los noticiarios principales, con un total de 15 a 20 minutos por día. Los miembros de la Asamblea Nacional exhortaron al ministro a que asignara un bloque de, digamos, 15 minutos a una hora sólo para el efecto. El ministro se mostró inflexible, aduciendo que el tiempo asignado era ideal por motivos de eficacia y consideraciones estéticas, y el gobierno salió ganando. Pero el pedido de un aumento del tiempo asignado es indicativo del papel clave que desempeña la radio en la difusión de información y en el mantenimiento del contacto entre familiares y amigos. Precisamente debido a esa importancia las exigencias y presiones ejercidas sobre el medio son inevitables.

La segunda función se refiere a la capacidad de la radio, como todos los medios masivos, de ayudar al oyente a tomar decisiones, al aclarar los temas e ilustrarlos con datos concretos que hacen que sea relativamente fácil asumir una posición a partir del conocimiento. Se usan comentarios, grupos de discusión, entrevistas y charlas para ayudarlo a entender los conceptos y problemas que se deben tener en cuenta para tomar una decisión. Ésta es una función muy importante de la radio. Es una pena que, puesto que la mayor parte del tiempo de transmisión en los países en vías de desarrollo se usa en entretenimiento, tienda a quedar poco espacio para maniobrar los horarios.

La radio participa directamente en la educación. Se usa extensamente para complementar la enseñanza presencial en el salón de clase. Por eso, los servicios educativos están bastante desarrollados. Hay periodos específicos dedicados a la educación primaria, secundaria y para adultos. En Tanzania la radio se utilizó ampliamente en una época para la capacitación de maestros, debido a su escasez crítica para satisfacer la demanda del programa de educación primaria universal lanzado en 1977. Se necesitaban más de 43.000 maestros. Era evidente que los métodos convencionales de capacitación de maestros no servirían para lograr el cometido. En esa situación, el uso de la radio, junto con otros métodos, dio resultados bastante buenos. El potencial de la radio como parte de un sistema multimedia todavía queda por explorar en los países en vías de desarrollo.

Por último, pero no por ello menos importante, la radio es un vehículo fabuloso para el entretenimiento. Sin duda, la música ocupa la mayor parte de la programación. Pero la radio se está usando cada vez más para obras dramáticas, recitales de poesía, cuentos y para juegos y deportes. En la actualidad, las transmisiones del exterior se limitan principalmente a los partidos de fútbol, que son muy populares, y a servicios religiosos, especialmente durante las fiestas religiosas. Los africanos son muy musicales y extrovertidos, pero esta virtud importante no ha sido explotada plenamente debido al legado de los valores y actitudes metropolitanos. En consecuencia, el formato usado en los países en vías de desarrollo, basado en la producción al interior de los estudios, se sigue utilizando. Esto es necesariamente muy costoso y mayormente inapropiado para un clima tropical. Es fundamental que se fomenten actitudes que permitan desarrollar estilos radiales adecuados a un país africano.

La capacitación del personal de radio

Ya hemos señalado el papel crucial de la radio para estimular el cambio. Pero la radio sigue siendo sólo un medio. Para que sea eficaz, debe contar con un equipo de productores y técnicos de programación capacitados. A veces no se le da la debida importancia a este aspecto. La mayoría de las estaciones de radio en los países en vías de desarrollo se caracterizan por tener personal insuficiente y por contar con pocos recursos. Están mal equipadas y reciben una financiación inapropiada. Por lo tanto, no se aprovecha todo el potencial que ofrece. Éste es un aspecto que puede y debe corregirse para que la radio actúe como un importante agente de desarrollo en los estados nuevos.

Tiene que existir una política de capacitación. Incluso en Tanzania hay un creciente debate sobre la categoría del personal que debe recibir capacitación. Algunos alegan que se necesitan profesionales de alto nivel. Nosotros sostenemos que, dada la etapa de desarrollo de la mayoría de los países en vías de desarrollo, el requisito inmediato es la capacitación de un gran número de profesionales de nivel medio. Después de cubrir esta área, entonces se puede intensificar la capacitación de alto nivel y especializada. No es una exageración decir que la

Extracto de

Comunicación como si la gente importara: el reto de la comunicación alternativa

Mina Ramírez

A un pueblo que ha sido totalmente ignorado por los poderes nacionales y mundiales en beneficio de la acumulación material se le debe dar la oportunidad de articular y expresar sus sentimientos humanos más profundos acerca de las realidades de la vida. Ése es el reto de la comunicación alternativa que, a diferencia del flujo de información unidireccional, controlado por los poderes políticos y económicos, se centra en las historias contadas por los sectores marginados y explotados de la sociedad. Las consecuencias sociales negativas del colonialismo y el neocolonialismo están profundamente enraizadas en las personas, y la terapia para ese mal es la creación de un clima social que propicie "contar historias". Ya es hora de que los responsables de formular políticas, entre ellos los tecnócratas, escuchen las historias que la gente tiene para contar.

Estas historias contadas se podrían luego sistematizar, lo que supondría organizar y movilizar a cada sector, especialmente a los más marginados, hacia procesos y dirigentes democráticos. Estas organizaciones podrían formar grupos de presión para fomentar una nueva autoconciencia, una conciencia de las raíces de su condición y del potencial para su propia liberación, y recibir el apoyo de grupos simpatizantes de la elite modernizada. Movimientos como estos permitirían identificar fácilmente las necesidades reales de la población.

Las historias de la gente se canalizarían hacia un público más amplio a través de los medios masivos, para que sea posible formar y cristalizar respuestas institucionales positivas a las necesidades de la población. Habría que tomar medidas, con la valiosa contribución de los diversos sectores organizados, tendientes a una vida más humana de la sociedad en su conjunto. En última instancia, el establecimiento de un sistema de comunicación al que le importe la gente conlleva la lucha de todos los sectores de la sociedad por obtener el control de los procesos de comunicación que puedan conducir a una comprensión colectiva de las situaciones humanas. Una comprensión de este tipo, fundada en la realidad, en acción y en reflexión, es la base para un orden económico, político y comunicacional alternativo. Una comunicación así concebida plantea un verdadero reto para las grandes capacidades de transformación personal, comunitaria y social que tiene la gente.

Ramírez, Mina (1986). "Communication as if People Matter: The Challenge of Alternative Communication" en Traber, M. (ed.) *The Myth of the Information Revolution.* London, Sage. Reproducción autorizada por Sage Publications Ltd.

eficacia del profesional altamente capacitado, como los ingenieros o productores, se ve impedida si no hay suficientes técnicos de nivel medio y bajo que apoyen el trabajo del ingeniero. Esta afirmación no significa que no se deba capacitar a profesionales de alto nivel, pero hay que priorizar al personal de nivel medio. Los certificados y diplomas técnicos son más apropiados que los títulos de grado o sus equivalentes. Una vez que haya suficiente personal técnico, éste tendrá la capacidad de apoyar a los expertos, que pueden surgir de sus mismas filas. La experiencia colonial en este campo no es algo que se pueda emular. Era muy inadecuada. La capacitación era irregular y superficial. Da la impresión de que se impartía sólo cuando convenía, ya que carecía de un marco conceptual o una meta planificada. Muchos países se han dado cuenta de esta deficiencia. No obstante, les ha tomado tiempo encontrar formas concretas de superarla.

El segundo aspecto de la capacitación se refiere a la necesidad de una mayor discriminación respecto de la tecnología y los sistemas de valor de los países desarrollados, principalmente occidentales. Allá, el estudio cerrado es el pilar de los recursos de producción de programas. Pero, como ya se ha señalado, los países en vías de desarrollo se encuentran en los trópicos. La actividad al aire libre es común. Por eso sería mucho más apropiado usar técnicas de transmisión al aire libre. El clima es muy favorable y la cultura es mucho más relajada y adaptable. Esta técnica se ha utilizado muy poco hasta ahora. Se usa muy ocasionalmente, cuando en realidad debería ser el área de concentración. De hecho, el impacto en la población sería inmenso. El hecho de no adaptar las técnicas a las condiciones tropicales ha conducido a la importación de tecnología muy costosa que requiere de personal sofisticado para operarla y mantenerla. Dados los escasos recursos de que disponen los estados nuevos, la radio invariablemente tiene que competir con otras necesidades, y a menudo pierde rotundamente en esa lucha por los recursos. Wilbur Schramm opina:

> «Una alta proporción de los países en vías de desarrollo se han dado cuenta, a partir de la experiencia, de lo crucial que es la información para sus programas de desarrollo. Sin embargo, incluso en la mayoría de estos países, la información sigue siendo el pariente pobre. Se le escatiman fondos para la operación, equipos, capacitación. Ha recibido sólo una fracción minúscula del apoyo disponible de las organizaciones internacionales y de los préstamos bilaterales».

Para que la radio se utilice eficazmente, los estados tendrán que asignar más fondos para facilitar la capacitación del personal necesario y la adquisición del equipo requerido. Es absolutamente fundamental que los responsables de tomar las decisiones nacionales, tanto en el gobierno como en el partido gobernante, desarrollen nuevas actitudes hacia la radio. No basta con reconocer la importancia del medio para estimular el desarrollo si se asignan recursos demasiado escasos como para aprovecharlo plenamente.

Notas

1 Utilizo los términos países en vías de desarrollo y estados nuevos indistintamente.

Referencias bibliográficas

Ng'wanakilala, Nkwabi (1981). *Mass Communication and Development of Socialism in Tanzania*. Dar-es-Salaam, Tanzania Publishing House.

Schramm, Wilbur (1964). *Mass Media and Nation Development*. Stanford, California, Stanford University Press.

Wedell, E. G. (1979). "Broadcasting in the Developing Commonwealth: Help or Hindrance?" en *Journal of the Royal Society of Arts*, 219.

Mwakawago, Daudi (1986). *Radio as a Tool for Development*. England, Manchester, Manchester University Press. Reproducción autorizada por el autor.

Comunicación, cultura y desarrollo

Héctor Schmucler

¿Cuál es el papel de los sistemas de comunicación masiva en la configuración de las culturas nacionales y en la preservación de las identidades y pluralidades nacionales? ¿Cómo influyen los flujos nacionales de mensajes culturales?

Para empezar a contestar la pregunta formulada, es útil sustentar la premisa: consideramos deseable la existencia de culturas nacionales y la preservación de pluralidades culturales. Esta premisa, esta toma de posición, es menos obvia de lo que parece. No siempre las declaraciones sobre el tema se armonizan con las acciones. Afirmar la voluntad de mantener y reforzar las identidades culturales nacionales compromete no sólo el pensamiento, sino también una manera de actuar en los múltiples campos del hacer humano, que conforman lo que genéricamente se llama cultura: la forma concreta como viven los hombres y mujeres en un lugar y una época determinados. En consecuencia, defender y reforzar las culturas nacionales no alude simplemente al rescate del folclore (que muchas veces disimula una nostalgia culposa). Se trata de considerar el transcurrir cotidiano de los individuos; es decir, su forma de trabajar, las relaciones económicas que establecen, su vinculación con la sociedad, sus creencias religiosas, su sentimiento del amor, su actitud ante la muerte, sus ideas sobre el tiempo y el espacio.

Señalar, pues, que uno cree deseable el mantenimiento y reforzamiento de identidades culturales nacionales, compromete el resto del discurso. En esta misma línea, si asumimos la idea de pluralidad cultural como un concepto positivo defendible, reflexionemos e imaginemos acciones en un sentido determinado. A la inversa, si nuestras convicciones (conscientes o no) sesgan negativamente estos conceptos de identidad y pluralidad, las acciones que se promuevan estarán cargadas de esa manera de ver negativa. Es prioritario, entonces, señalar un punto de partida. [...].

Yo creo beneficioso el mantenimiento de las identidades culturales nacionales así como el apoyo a la pluralidad cultural; es decir, el reconocimiento de la legitimidad de las diversas culturas. Tratemos de vincular esta afirmación con las preguntas iniciales e imaginemos que los "sistemas de comunicación masiva" y "los flujos internacionales de mensajes culturales" influyen en sentido contrario a la configuración de "culturas nacionales" y a la "preservación de identidades y pluralidades culturales". El tema no es nuevo. Ha merecido, durante años, la atención de académicos y organismos internacionales, regionales y locales. Tampoco es original el intento de formular indicaciones para neutralizar o revertir esas tendencias consideradas como negativas. A estas indicaciones quisiera referirme brevemente.

Sugiero clasificar las respuestas posibles a las distorsiones causadas por los medios masivos y por los flujos internacionales de mensajes en dos grandes tendencias: "respuestas reglamentario-coercitivas" y "respuestas orgánico-consensuales". Las respuestas del primer grupo, las que llamamos reglamentario-coercitivas, las más tradicionales y frecuentes, ofrecen dos caras:

1. *Respuestas coercitivas negativas:* son las que plantean, por ejemplo, la necesidad de reglamentaciones tendientes a impedir que los flujos internacionales atenten contra las culturas nacionales.
2. *Respuestas coercitivas positivas:* propician legislaciones que impongan, por ejemplo, la obliga-

toriedad de producción y difusión de obras de origen nacional.

Las respuestas orgánico-consensuales indican en primer lugar la necesidad de generar condiciones socioculturales para que sea *posible* una voluntad colectiva de preservación de las identidades culturales A su vez, y vinculado de manera inseparable con esta posibilidad de voluntad colectiva, resulta forzoso auspiciar el *reconocimiento* colectivo de las pluralidades. Este punto de vista se diferencia marcadamente de las respuestas reglamentario-coercitivas. Intentaré explicar esta diferencia, al menos lo que presupone para mi espíritu.

Parto de la sospecha de que ni la defensa de las identidades nacionales ni el reconocimiento de las pluralidades son innatos o notables. Por lo tanto, cuando hablo de respuestas orgánico-consensuales, estoy sugiriendo la necesidad de *crear* una voluntad colectiva, es decir un reconocimiento deseado y consciente de estos valores. Como se ve, es lo contrario a promulgar reglamentaciones que, a veces, se oponen a las voluntades colectivas.

También exige alguna reflexión el "auspiciar condiciones culturales para el reconocimiento colectivo de las pluralidades". Creo que el dilema actual —el dilema del mundo y no de las comunicaciones sectorialmente consideradas— radica en la pugna entre pluralidad y homogeneidad; enfrentamiento profundo que abarca prácticamente a todo el planeta. La pluralidad, enfrentada a la homogeneidad, debería entenderse como el *reconocimiento* de lo otro y no como la *tolerancia* de lo otro. El matiz es definitorio y podría ayudar a distinguir entre conceptos próximos como pluralismo y pluralidad. El pluralismo convoca sólo a la tolerancia: se admite que en un mismo campo de intereses haya aproximaciones distintas de las propias. *Desde* nosotros, aceptamos la existencia de lo diferente: lo otro queda incluido como parte de nuestro propio mundo. El reconocimiento de la pluralidad presupone la existencia de concepciones globales distintas de las nuestras; con sentidos y valores que nos exigen —para comprenderlas— un descentramiento de nosotros mismos. El otro, en este caso, no se constituye desde nosotros, sino originariamente. No presupone otra mirada de la misma realidad (establecida por nosotros), sino una mirada que percibe su propia realidad. Hemos dado un salto. Hay que reconocer que la pluralidad establece un desafío difícil a nuestro logoantropocentrismo. Desafío complejo e inquietante, sobre todo porque la tendencia dominante marcha en sentido contrario, hacia el dominio de la homogeneidad.

Vale la pena hacer un par de consideraciones sobre esta tendencia dominante hacia la homogeneidad y que tienen que ver con nuestro tema:

1. Pareciera que —por naturaleza— los medios masivos de comunicación tienden a la homogenización. Si no fuera así, si los medios masivos fueran puros instrumentos "utilizados" circunstancialmente como elementos homogeneizadores, podrían cumplir, en un mismo espacio social, un papel no homogeneizador. El problema radica en que los medios masivos de comunicación no son responsables autónomos de los procesos de homogeneización cultural. Es la sociedad, o mejor dicho, las formas concretas de existencia de los hombres en la sociedad, lo que produce el efecto homogeneizador. En realidad, los medios hacen parte de esa manera de vivir.

2. Las nuevas tecnologías de manejo de la información aceleran esta tendencia hacia la homogeneización. La difusión de algunos patrones tecnológicos contradice, muchas veces, las concepciones tempo-espaciales en las que se sustentan las culturas locales donde se instalan y predominan estos procesos tecnológicos. Enfatizo la variable tempo-espacial porque tiempo y espacio son coordenadas sobre las cuales reconocemos, al menos hasta el día de hoy, a todas las culturas conocidas. El cambio sustantivo que estamos viviendo en la actual transformación tecnológica afecta, justamente, a las ideas largamente arraigadas sobre el tiempo y el espacio.

Hace cuarenta años algunos integrantes de la Escuela de Frankfurt se interrogaban sobre aspectos similares a los que nos preocupan cuando hablamos de mensajes masivos. La pregunta persiste: ¿pueden los medios masivos no ser homogeneizadores? Ya se sabe que, en los estudios sobre comunicación masiva, este perfil cultural de la inmediata posguerra fue en buena medida reemplazado por los enfoques funcionalistas que se expandieron a partir de los teóricos norteamericanos. Hoy, cuando volvemos, con renovadas fuerzas, a inquietarnos por identidades y pluralidades, nos resulta estrecho el campo diseñado por el funcionalismo (de derecha y de izquierda), acostumbrado a pensar la comunicación masiva vinculada solamente a modelos de desarrollo únicos e indiscutibles. También ciertos lugares comunes sobre lo que se ha dado en llamar "políticas de comunicación" deberían ser revisados a la luz de estos conceptos.

Insistamos en nuestro tema específico: comunicación y cultura: ¿Cuál es el campo semántico recortado por el concepto de comunicación? También en este caso se requieren ciertas precisiones para avanzar en la búsqueda que nos hemos propuesto. "Comunicación", así como "cultura", expanden tanto su significado, que termina siendo inabarcable. Para nuestro objetivo, distinguiremos centralmente dos maneras de concebir la comunicación:

1. La comunicación en un sentido *técnico-instrumental*, es decir las distintas maneras de transmitir algo separable, en unidades de información.
2. La comunicación en sentido *ontológico-moral* (o antropológico, constituyente de lo humano), es decir como manera de ser de los hombres en el mundo.

Nuestro interés se fija en esta segunda perspectiva, puesto que nos preocupan los estilos de vida, o sea, la vida humana en el mundo. Desde esta óptica observarnos la comunicación técnico-instrumental que, sin duda, es la versión dominante en casi todo el planeta. La tecnología redimensiona su importancia (diríamos que es más y menos insignificante al mismo tiempo); la redefinición de los sistemas comunicativos deja de ser un mero problema de transferencia tecnológica —con sus virtudes y sus peligros para la economía y la autodeterminación de los países periféricos— para interesar al destino mismo de las culturas. Vista así la comunicación, como constituyente de lo humano, como momento de trascendencia de lo individual, de comunión con el otro, modifica su relación con el concepto de cultura. Deberíamos entonces hablar de una relación comunicación-cultura, es decir de espacios semejantes y no de "comunicación y cultura", pues unir los dos términos con un adverbio presupone una diferencia. Si prosiguiéramos con esta reflexión tal vez llegaríamos a sugerir la conveniencia de pensar la comunicación *como* cultura.

Volvamos un minuto a la tecnología para afirmar que las tecnologías de comunicación —como cualquier otra— no son neutras; es decir, que su diseño y utilización implican formas más o menos previstas de relaciones entre los seres humanos. Si es así, la percepción del mundo al que aspiramos está también incluida en las tecnologías que utilizamos en s u construcción. Comunicación y desarrollo son variables mutuamente dependientes. Qué comunicación para qué desarrollo sería una cuestión previa a cualquier elección específica de políticas de comunicación. Ya nadie discute que el desarrollo es un concepto artificioso que convoca más datos que las simples estadísticas económico-sociales. Falta en cambio un largo camino por recorrer para que la comunicación sea entendida no sólo como un instrumento cuyo signo positivo o negativo depende más de quien lo use que de las relaciones que por sí misma tiende a implantar. ¿Cómo actúa la tecnología para facilitar o impedir la comunicación en el sentido antropológico a que nos hemos referido? He aquí la pregunta que considero sustancial, si es

que con desarrollo queremos hablar del bienestar (material y espiritual) de los seres humanos. El mundo informatizado, hacia el que parece apuntar la impresionante expansión de las nuevas tecnologías para el manejo de la información, configura una manera de existir, una cultura, y no una simple ampliación de potencialidades ya existentes. Una expresión de la comunicación en el sentido técnico-instrumental, no es seguro que también favorezca a la otra, la que consideramos prioritaria. Los datos de que disponemos permiten sospechar que la creciente automatización de los procesos productivos materiales e intelectuales configura seres dependientes de una lógica multiplicadora de objetos, de sistemas de control, de una vida humana administrada. Y la planificación administrativa de la existencia se compadece poco con el ser de los humanos, que se dilata en zonas difícilmente cuantificables, como el deseo y el amor. Si el futuro no es algo previamente existente, al que sólo tenemos que llegar, sino una creación que está en germen en nuestro presente, las decisiones que se tomen hoy sobre las tecnologías de información prefigurarán el universo inmediato.

En fin, resumo una serie de expresiones de deseo que algunos podrían entender como un programa de acción: a) buscar la pluralidad, no tolerarla; b) saber que hay un *otro* tan digno de existir como nosotros mismos y que esa existencia ese existir puede pasar por pautas culturales distintas de las nuestras; c) propiciar las condiciones para que la pluralidad —la convivencia de culturas— sea posible; d) luego, sólo luego, decidir nuestras opciones técnicas; e) no aceptar, como lo auspiciaban los ludditas hace dos siglos en los albores de la primera revolución industrial, ninguna máquina que atente contra la felicidad de los seres humanos.

Schmucler, Héctor (1986). Ponencia en la mesa redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el IPAL en Lima y publicada en 1987 en *Comunicación y Desarrollo*. Lima, IPAL. Reproducción autorizada por el autor.

Un nuevo orden informático en América Latina: una taxonomía para las políticas nacionales de comunicación

Rafael Roncagliolo

Dos temas predominaron en el debate sobre la comunicación en la década de 1970: el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) y las políticas nacionales de comunicación. Ambos surgieron de una preocupación común: la democratización de las relaciones de comunicación entre los países fue el objetivo de la demanda por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación y la democratización de las relaciones de comunicación dentro de los países el de las luchas en torno a las políticas nacionales de comunicación. Las iniciativas sobre el NOMIC y las políticas nacionales de comunicación son las dos caras de una misma moneda. La convergencia de los dos problemas sobre la democratización de la comunicación en la década de 1980 puede ser vista entonces como un desarrollo natural (Roncagliolo 1981; 1982a, b, c, d, e).

Hemos afirmado anteriormente que los medios de comunicación en la fase actual transnacional del capitalismo tienden a convertirse en aparato ideológico y en agencia de socialización predominantes, desplazando en parte a los aparatos tradicionales de la familia, la iglesia y la escuela (Roncagliolo, 1982b). Estamos viviendo una etapa transnacional de la cultura, que se caracteriza, entre otras cosas, por un cambio a favor de los medios en la jerarquía estructural de los aparatos ideológicos y las agencias de socialización. El papel de los medios en la socialización —así como de control y movilización ideológica— ha crecido a lo largo del tiempo, a medida que ha declinado el de la familia. Esto no implica que los medios de comunicación sean omnipotentes. Los fenómenos comunicativos, situados en el cruce entre la transnacionalización y la cultura, están marcados por la contradicción entre las fuerzas de la transnacionalización y las culturas nacional-populares.

Las políticas nacionales de comunicación se refieren precisamente a los modos en que las sociedades y los Estados organizan o desorganizan los sistemas nacionales de comunicación y, por esta vía, afectan a las culturas nacionales. El tema de las políticas nacionales de comunicación no es ciertamente nuevo en América Latina (véanse, por ejemplo, Beltrán 1976, Capriles 1977, Fox 1975, Schenkel y otros 1981). La famosa Conferencia Regional sobre políticas nacionales de comunicación que la UNESCO convocó en San José de Costa Rica en 1976 puso en evidencia que las fuerzas que se oponen incluso a que el asunto se discuta son poderosas y vocingleras. Las declaraciones hechas entonces por los gobiernos de la región son un punto de referencia que nos permite medir las políticas de comunicación que efectivamente aplican dentro de sus fronteras. La brecha entre la retórica y la práctica es abismal, como lo comprobamos en una reunión de seguimiento de San José convocada por la propia UNESCO en Quito en diciembre de 1981.

Los trabajos sobre las políticas nacionales de comunicación sufren debido a la carencia de análisis de los sistemas nacionales de comunicación *in toto*. En América Latina tenemos, por un lado, mucha teoría (y también mucha retórica) sobre la comunicación y, en el otro extremo, muchos estudios puntuales de casos. Ambas cosas son necesarias, pero empieza a volverse urgente poner el acento en el "centro" de este *continuum*: los estudios conjuntos de los sistemas nacionales de comunicación. Nuestro trabajo actual, un ejercicio metodológico que aún está en una etapa preliminar, es un esfuerzo por concentrar nuestra atención en esta área.

En primer lugar, proponemos un conjunto de taxonomías, por ahora binarias, para clasificar las políticas nacionales de comunicación. Luego queremos iniciar una discusión acerca de cuáles son los elementos clave de una política nacional de comunicación.

Seis criterios de clasificación

Es necesario establecer desde el comienzo un conjunto de tipologías para el análisis de las políticas nacionales de comunicación. Sin pretender ser exhaustivos, proponemos seis criterios referidos a una terminología también provisional:

1. El nivel de la formulación de las políticas.
2. La articulación y la cobertura interna de la política.
3. Su grado de articulación con la esfera extracomunicacional.
4. Los propósitos comunicacionales de la política.
5. Sus propósitos nacionales.
6. Sus propósitos internacionales.

1. Nivel de formulación: lo implícito versus lo explícito

Las voces transnacionales afirman que, en materia de comunicación, la mejor política consiste en no tener ninguna política. Sin embargo, la existencia del Estado presupone la existencia de políticas. La ausencia de políticas explicitas sólo anuncia un traslado de la toma de decisiones de los centros estata-

les a los directorios de las empresas. En ese sentido, el punto de partida de esta reflexión sobre el tema es que todos los Estados del mundo tienen políticas de comunicación, sean éstas explícitas o implícitas.

Algunos países parecen no tener políticas de comunicación explícitas, pero un análisis más profundo demuestra lo contrario. Incluso el campeón del liberalismo discursivo, Estados Unidos, cuenta con un cuerpo normativo considerablemente voluminoso en materia de política de comunicación y en particular en lo que toca a las nuevas tecnologías: satélites, televisión por cable, etc. Justamente la política de satélites de los Estados Unidos es un excelente ejemplo de la asociación entre el Estado y los intereses transnacionales.

Tienen toda la razón del mundo Ortega y Romero (1976) cuando afirman que

> «Las políticas de comunicación existen en toda sociedad, aunque a veces pueden encontrarse en estado latente y dispersas, y no claramente articuladas y armonizadas. Pueden tener un carácter muy general y presentarse como metas y principios deseables, o pueden ser más específicas y perspicaces en la práctica. Pueden existir o ser formuladas en muchos niveles. Pueden estar incorporadas a la Constitución o a la legislación de un país, a las políticas nacionales generales, a las instrucciones dadas a los órganos administrativos, a los códigos de ética profesional y a los estatutos y reglamentos de determinadas instituciones de comunicación.

Si el término "políticas de comunicación" no tuviera tal amplitud, poco podría decirse sobre las latinoamericanas, salvo qué se han implementado hasta hoy unos pocos proyectos fracasados y un conjunto de *desiderata* inaplicado.

2. Cobertura y articulación interna: lo parcial versus lo global

La mayoría de las discusiones acerca de las políticas nacionales de comunicación en América Latina se refieren al nivel de las normas jurídicas en las que deben condensarse (disposiciones constitucionales, leyes orgánicas, decretos supremos) y/o a la composición y facultades de las instituciones encargadas de aplicarlas. Pero la sola mención a la posibilidad de una ley o una institución reguladoras es motivo suficiente para aglutinar suficientes intereses privados como para reprimir cualquier iniciativa de este tipo antes de que pueda nacer.

Dado que pocas políticas de comunicación explícitas han sido implementadas, hay muy poca experiencia sobre la cual construir: la política de televisión en Chile, la reforma de la prensa en Perú, el proyecto RATELVE sobre la radio y la televisión en Venezuela y las legislaciones sobre publicidad existentes en un sinnúmero de países. Y aún siendo parciales, por lo general estos experimentos han terminado en el fracaso o incluso llevado a una regresión. Esto no puede atribuirse exclusiva ni principalmente a problemas inherentes a la política misma; más bien, los factores principales han sido la orientación general del Estado y su capacidad de asumir el control sobre la orientación general de la industria cultural.

Tal vez México sea el único país de la región que ha elaborado una política nacional de comunicación en la más amplia acepción del término. Nos referimos con esto a la constitucionalización del derecho a la información y al diseño de proyectos de ley que abarcan el conjunto de la actividad comunicacional: prensa, radio, televisión, cine, *comics*, teatro y la industria editorial. Esta iniciativa de la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República durante el gobierno de José López Portillo suscitó uno de los más amplios debates habidos en América Latina a propósito de las relaciones entre el Estado, la democracia y la comunicación. Fue un debate fascinante que merece una mayor difusión. La preocupación del Estado mexicano en torno al tema puede sin duda atribuirse a la tradición de nacionalismo cultural de este país, que se remonta a la creación de los canales de televisión 11 y 13 y de la Radio Educación.

En suma, es importante distinguir entre las políticas parciales o limitadas y aquellas que abarcan el conjunto del sistema nacional de comunicación, hoy prácticamente inexistente en América Latina debido a la desarticulación de las instancias de decisión. Toma bastante tiempo superar este problema, incluso en países en plena transición revolucionaria como Nicaragua.

3. Grado de articulación extracomunicacional: marginal versus integrada

El problema de la desarticulación se da aun en países capaces de articular un plan nacional de desarrollo coherente, donde las políticas culturales suelen ser formuladas al margen de ese proceso de planificación. Los que elaboran la política cultural suelen ser grupos de intelectuales y artistas que controlan las formas más refinadas de producción cultural. La comunicación suele ser un tema muy sensible políticamente, por lo que tiende a excluirse del conjunto del proceso de planificación. Las dificultades que se encontraron al tratar de extender los cambios nacionales en cuanto a las relaciones de propiedad privada a la prensa y la industria gráfica chilena durante el periodo de Allende son un buen ejemplo. Otro es el del Perú, donde los sectores sociales conservadores que no se habían atrevido a salir a las calles a protestar contra la reforma agraria, la reforma empresarial, las nacionalizaciones mineras o los cambios en las relaciones diplomáticas, lo hicieron sin vacilar y estruendosamente tan pronto como los diarios fueron afectados por el proceso (Roncagliolo 1978).

El Informe MacBride (1980) se refirió a la separación entre las políticas de comunicación y los procesos de planificación general:

> «Como la comunicación no es un sector separado y autónomo, quizás en este campo mucho más que en otros, la interdependencia impone la necesidad de formular unas políticas de comunicación que no se limiten a la información y menos todavía a los medios de comunicación social, sino que tomen en consideración todos los medios que puede utilizar una sociedad para alcanzar sus objetivos generales de desarrollo. No hay que olvidar que las políticas de comunicación corren parejas con las que se formulan en otros campos —educación, cultura y ciencia—, y hay que concebirlas de modo tal que se complementen. Tiene que haber una relación entre comunicación y esos otros sectores, con el objeto de que la comunicación facilite los servicios sociales, educativos, científicos y de otra índole».

Por ello, cualquier política de comunicación debe articularse con el conjunto de las políticas culturales, educativas y tecnológicas, así como con los planes nacionales de desarrollo que, a su vez, deben tener en cuenta el papel importante del sistema nacional de comunicación en la economía.

4. Propósitos sectoriales: concepción mercantil versus servicio público

La idea de que la mejor política de comunicación es la ausencia de política se asocia a la concepción mercantil de la información. Bajo esta concepción, la comunicación es vista como el terreno exclusivo de actores privados, vedado a la sociedad es su conjunto.

Las pocas experiencias de democratización de la comunicación en América Latina, como el proyecto RATELVE, descansan en la definición de la comunicación como servicio público. Los conceptos de servicio público, la información como bien social y el derecho a la información guían el diseño de las políticas democráticas de comunicación. Donde se han concebido la comunicación como mercancía y su manejo como fuente de utilidades y poder privado han prosperado las políticas autoritarias de comunicación. Éste ha sido el caso ahí donde hay autoritarismo estatal o donde lo ejercen corporaciones monopólicas privadas. De allí que la clasificación principal de los fenómenos comunicativos gira en torno a la oposición, entre el criterio mercantil y el de servicio público. Ésta es la piedra de toque y el *divortium aquorum* inicial.

Se trata aquí no de especulaciones abstractas sino de preocupaciones reales. No es posible fundar un sistema de televisión con sentido cultural y nacional si sus gerentes se ven obligados a regirse por el criterio de la maximización de utilidades propio de la operación mercantil.

5. Propósitos sociales: autoritarismo versus democracia

Más allá de la comunicación y sus funciones, es obvio que en la base de cualquier política de comunicación existe una política social general. Y en este sentido, la alternativa es el autoritarismo o la democracia.

Lo que cabe subrayar, sin embargo, es que no todos los autoritarismos y ni siquiera los más frecuentes en América Latina necesariamente provienen de los gobiernos.

> «La libertad de expresión se ve amenazada indudablemente cuando regímenes autoritarios establecen la censura oficial, pero se encuentra igual de recortada cuando los dueños privados y los financistas determinan, en nombre de sus lectores, qué incluyen y qué no en sus páginas. En el Perú es conocido el caso del diario "El Comercio" que, durante décadas, prohibió que se mencionara siquiera en sus columnas al principal partido político del país, el Partido Aprista Peruano. De esta manera, el director podía decidir autocráticamente, con un poder y un alcance equiparables a los de cualquier dictador. Por lo tanto, la idea de la democratización enfrenta dos tipos análogos de obstáculos a la libre expresión: el autoritarismo político y el autoritarismo económico» (Roncagliolo 1982c).

Una definición válida, aunque inadecuada, de la democratización se encuentra en el Informe MacBride (1980):

> «Cabe definir la democratización como el proceso mediante el cual: (a) el individuo pasa a ser un socio activo y no un simple objeto de la comunicación; (b) aumenta constantemente el intercambio de mensajes; y, (c) aumentan también el grado y la calidad de la representación social o de la participación en la comunicación».

Por lo mismo, es necesario evitar extraer inferencias simplistas del estatuto jurídico de las empresas de comunicación:

> «Pretender que toda norma jurídica tiene que ser clasificada como perteneciente exclusivamente a la esfera pública o a la esfera de lo privado es un anacronismo. Históricamente, la legislación ha reflejado el nacimiento y la expansión de los derechos sociales. La educación, el trabajo y la salud son derechos sociales que no corresponden ni a lo estrictamente público ni a lo decimonónicamente privado. La comunicación y el derecho a la comunicación pertenecen a la misma categoría. La actividad comunicativa debe corresponder a instancias sociales y democráticas, en las que el control real de la información provenga de los receptores organizados y de los productores sociales de los mensajes. Y en este terreno, es posible imaginar muchas innovaciones. En Chile, por ejemplo, en la época democrática, las estaciones de televisión estaban en manos de las universidades. Y en el Perú, en 1974 se proclamó el propósito fallido de entregar los diarios de circulación nacional a entidades en las que convergían los grandes sectores sociales (educadores, profesionales, intelectuales, trabajadores urbanos, campesinos) y los trabajadores de cada empresa periodística. El fracaso de estas experiencias no autoriza a desconocer que, al fin y al cabo, estas fórmulas sociales eran —al menos teóricamente— más democráticas que las autocracias familiares o gubernamentales» (Roncagliolo 1982c).

El concepto democrático de la comunicación no se reduce a la organización social de éstas como sugiere la definición del Informe MacBride, sino que corresponde sobre todo a las funciones de la comunicación dentro de las sociedades. Las propuestas de democratización de la comunicación son propuestas de democratización de las sociedades. Es el objetivo mayor lo que interesa, no la comunicación en sí misma.

A través de los años se ha dado una progresión interesante en cuanto a la temática y conceptos: primero debatíamos sobre el "acceso" y la "participación", términos que aluden a la situación de marginalidad de partes de la sociedad respecto de los entes comunicativos. En un segundo momento, la nomenclatura del "derecho a la información" lo convirtió en cuestión de un derecho positivo. Luego la demanda de democratización alude a la naturaleza estructuralmente opresiva de los sistemas comunicativos prevalecientes. En esta etapa del debate quizás sea hora de dejar de hablar de políticas nacionales de comunicación y empezar a diseñar políticas con objetivos y finalidades explícitas de democratización.

Ello conduce al problema de los sujetos de la política. Por naturaleza, una política de democratización no puede tener al aparato estatal como su único sujeto. Muchos actores deben participar en el diseño y la implementación de la política, particularmente los receptores, los trabajadores de los medios y, en un lugar proporcional a su importancia, los investigadores de la comunicación.

En la actualidad se habla bastante sobre medidas por la democratización de la comunicación. Éstas incluyen los comités de lectores, los programas de educación crítica, disposiciones sobre el derecho efectivo a la réplica, los comités consultivos sobre la política editorial integrados por representantes de sectores sociales y la incorporación del público al proceso de la producción periodística. Sin embargo, su implementación es más complicada que su mera enunciación. Todas estas iniciativas tuvieron su prueba latinoamericana, no en las políticas de gobierno sino en el periodo de florecimiento de la prensa alternativa en el Uruguay de 1968 a 1973. Este periodo vio el auge y el éxito comercial de diarios como *Extra*, *De frente*, y *Ya*, que eran innovadores, no sólo en cuanto a sus contenidos, sino porque ensayaron un conjunto de medidas participativas que deberían formar parte de cualquier política democrática de comunicación» (Fassano 1973).[1]

6. Propósitos nacionales: transnacionalización versus soberanía cultural

Además de definir el papel doméstico de la comunicación, una política nacional de comunicación afecta las relaciones culturales entre el conjunto de la nación y los poderes externos. Pueden estar al servicio del proceso pluridimensional de la expansión trasnacional o de la resistencia cultural de las fuerzas nacional-populares. De hecho, el tema de la democratización se ha convertido en un foco central de las propuestas del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. No por casualidad este nuevo orden ha nacido al mismo tiempo que la propuesta del Nuevo Orden Económico Internacional.

> «En rigor, uno puede considerar la irrupción histórica del Tercer Mundo como un proceso de ampliación creciente en la demanda de independencia y soberanía: en las décadas de los 40 y 50 se trató sobre todo de la independencia política; en los años 60 la demanda se amplió para abarcar la soberanía económica y lo que marca a los años 70 es que el movimiento accede, finalmente, también al terreno de la cultura y la comunicación. En este proceso la comunicación vienen simplemente a contribuir a la democratización del poder internacional.
> [...] El NOMIC es así una suerte de defensa del Tercer Mundo (y no sólo del Tercer Mundo) frente a la expansión colonial y encarna, por eso mismo, una voluntad democrática ajena en sí misma a todo control gubernamental, tanto como a la censura y manipulación compulsivas que los monopolios ejercen sobre sus propios medios de comunicación llamados "libres" (control este último que, dicho sea de paso, suele hacerse en complicidad con los respectivos Estados: la cadena *O Globo* de Brasil, que maneja gran parte de la comunicación de ese país y que es, a la vez, el mejor vocero oficioso del gobierno militar, ofrece de ello una nítida ilustración)» (Roncagliolo 1982).

Los elementos clave de la política de comunicación

Las taxonomías presentadas tienden a subrayar la idea de que, dado que existe alguna política nacio-

nal de comunicación, la tarea de la investigación científica consiste en establecer los criterios para descubrir o develar dichas políticas. Lo central no es, por lo tanto, la discusión acerca de los Consejos Nacionales de Comunicación o de los objetivos humanistas de la política, sino el diagnóstico global y detallado de los sistemas nacionales de comunicación. Sólo a partir de este tipo de análisis pueden formularse metas específicas y operativas para los rubros que componen las políticas.

Se propone que los siguientes rubros centrales se incluyan en cualquier diagnóstico global de una política:

1. Propiedad de los medios de producción y distribución de información: formas legislativas (pública, privada, social) y concentraciones empíricas (monopolios de clase y políticos, transnacionalización de la propiedad, etc.).
2. Financiamiento: publicidad, ventas, subsidios (estatales o privados, concentración o dispersión de las fuentes), transnacionalización de los ingresos, factores políticos.
3. Tecnología: nivel de los recursos tecnológicos y sus consecuencias económicas y socioculturales; transnacionalización vía la tecnología.
4. Contenidos: tipos, análisis semiológicos, la función de la publicidad.
5. Gestión y retroalimentación: participación de los sectores sociales organizados y de los trabajadores en la gestión editorial y en los procesos de retroalimentación (comités de receptores, derechos de réplica, etc.).
6. Compatibilidad con los planes de desarrollo y otras políticas nacionales.

Esta lista preliminar puede desarrollarse en forma de una planilla metodológica o conjuntos de criterios para el análisis de los sistemas y políticas nacionales de comunicación. El objetivo es analizar todos los aspectos de la comunicación dentro de este marco. Los medios no deben analizarse aisladamente.

Esperamos que este ejercicio metodológico preliminar abra el camino para un programa latinoamericano de investigaciones de largo plazo. El objetivo sería analizar, teórica y empíricamente, las acciones de los Estados y de las corporaciones transnacionales frente a los sistemas nacionales de comunicación de nuestros países. Esto necesariamente conlleva una revisión exhaustiva y crítica de los fracasos y éxitos de las experiencias de democratización de la comunicación como el proyecto de RATELVE en Venezuela, las políticas de televisión en Chile bajo el gobierno popular, y la reforma de la prensa en Perú.

Notas

1 Fassano era el director de los tres diarios mencionados en el texto. Su libro fue prohibido y confiscado por la policía uruguaya tras su publicación. Sólo cabe esperar una pronta reedición libre del mismo.

Bibliografía citada

Beltrán, L. R. (1976). *Políticas nacionales de comunicación. América Latina*. Bogotá, CIIA.

Capriles, O. (1977). "Acciones y reacciones frente a la política de comunicación promovida dentro del marco de acción de la UNESCO: análisis de la Conferencia de Costa Rica". Presentado en el Seminario sobre La comunicación internacional y la participación del Tercer Mundo: un marco conceptual y práctico. Amsterdam.

Fassano, F. (1973). *Paren las rotativas*. Montevideo, Arca.

Fox, E. (1975). "Políticas de comunicación en sociedades de cambio" en *Cuadernos CEDAL*, Nº 4. Costa Rica.

MacBride, Sean (1980). *Many Voices, One World. Communication and society today and tomorrow*. Paris, UNESCO.

Ortega, C. y Romero, C. (1976). *Las políticas de comunicación en el Perú*. Paris, UNESCO.

Roncagliolo, R. (1978). *La reforma de la prensa peruana*. México, D. F., ILET.

Roncagliolo, R. (1981). "The MacBride Report as a Part of a Process" en Hamelink, C. (ed.) *Communication in the Eighties: A Reader on the MacBride Report*. Roma, IDOC.

Roncagliolo, R. (1982a). "Comunicación y democracia en el debate internacional". Ponencia presentada en la Conferencia de la Asociación Internacional de Investigación de la Comunicación de Masas. Paris.

Roncagliolo, R. (1982b). "Comunicación y cultura transnacionales" en varios autores *Comunicación transnacional, conflicto político y cultural*. Lima, DESCO-ILET.

Roncagliolo, R. (1982c). "El NOMIC: Comunicación y poder internacionales". Ponencia presentada en el 1º Foro Internacional sobre Comunicación y poder. Lima.

Roncagliolo, R. (1982d). "El NOMIC: Comunicación y poder" en *Chasqui*, Nº 3. Quito CIESPAL.

Roncagliolo, R. (1982e). "A NOMIC: Contra-Informação e Democracia a Partir do Terceiro Mundo" en Silva L. da y Eduardo, E. (eds.) *Comunicação, Hegemonia e Contra-Informação*. São Paulo, Cortez Editora.

Schenkel, P. y otros (1981). *Políticas nacionales de comunicación*. Quito, CIESPAL.

Replantear la comunicación para el desarrollo: una perspectiva holística

Neville Jayaweera

El objetivo principal de este trabajo es analizar algunos de los temas centrales del debate sobre la comunicación para el desarrollo desde la perspectiva de la década de 1980. Quiero enfatizar esta perspectiva porque las experiencias de la década anterior parecen justificar que desenterremos incluso algunos temas que aparentemente fueron resueltos hace mucho tiempo y darles una nueva mirada.

Lo singular de las experiencias de la década pasada es que la realidad ha erosionado los paradigmas de las décadas de 1960 y 1970 sobre el "desarrollo" y la "comunicación" (Lerner 1958, Rogers 1976). Sin embargo, desde entonces muchas cosas han ocurrido en los campos del desarrollo y la comunicación. Actualmente, nuestra teoría ya no es adecuada para comprender la realidad y necesitamos nuevas formas de comprender estos temas.

Una distinción preliminar

Desde un principio me gustaría distinguir la "comunicación para el desarrollo" de la "comunicación de apoyo al desarrollo".[1] Es importante hacerlo, porque gran parte de la confusión que ha caracterizado a este debate ha sido el resultado de aplicar a la comunicación para el desarrollo análisis y argumentos que corresponden a la comunicación de apoyo al desarrollo.

Roncagliolo, Rafael (1986). "New Information Order in Latin America: A Taxonomy for National Communication Policies" en Becker, Jörg; Hedebro, Göran y Paldán, Leena (eds.) *Communication and Domination: Essays to Honor Herbert I. Schiller*. Norwood, New Jersey, Ablex Publishing Corporation. Reproducción autorizada por el autor.

La comunicación de apoyo al desarrollo se refiere a la aplicación de estrategias de comunicación diseñadas específicamente para programas de desarrollo concretos. Se utiliza generalmente en situaciones micro y adopta la forma de campañas. Suele finalizar una vez terminado el proyecto de desarrollo en cuestión. Dado que está diseñada para fines específicos, puede ser administrada, supervisada e investigada. Conceptos tales como la "difusión de innovaciones", el efecto "en cascada", el "flujo en dos pasos", la "empatía", el "agente de cambio", etc., son más fácilmente operativizados y observados en la comunicación de apoyo al desarrollo.

La comunicación para el desarrollo se refiere a las estrategias de comunicación de una sociedad entera o del componente comunicativo de un plan de desarrollo nacional (Schramm 1964). Pero no sólo se distingue de la comunicación de apoyo al desarrollo por el tamaño de su área objetivo. Su importancia se debe a su tendencia a crear cierto clima dentro de una sociedad entera y a su capacidad de influir en la conciencia o el ambiente donde se produce el desarrollo. La comunicación para el desarrollo tiende a ser vista por sus partidarios como un factor que causa el desarrollo y como una variable independiente. Dado que el desarrollo mismo es una función de una gama completa de otras variables, las correlaciones exactas entre la comunicación para el desarrollo y el desarrollo, y entre la comunicación para el desarrollo y otras variables de desarrollo, han sido difíciles de investigar o evaluar.

Temas

Primero voy a plantear algunos de los temas recurrentes en el debate sobre la comunicación para el desarrollo. Mi objetivo es mostrar las complejidades y problemas que los caracterizan y sugerir que debemos evitar verlos siempre dentro de los parámetros de paradigmas complacientes (Servaes 1986). Generalmente tendemos a reducir realidades complejas a paradigmas. Eso está bien, siempre y cuando recordemos que los paradigmas sólo son marcos conceptuales que construimos para estudiar la realidad. Sin embargo, el problema es que tendemos a cosificar los paradigmas e imaginarnos que la realidad misma se ordena de acuerdo a ellos. Más grave aún, no utilizamos los paradigmas tanto para entender la realidad, sino para escondernos de ella. Es un error epistemológico fundamental al que son particularmente propensos los científicos sociales.

La indivisibilidad del desarrollo[2]

Durante las últimas tres décadas hemos tendido a pensar que el desarrollo avanza por diferentes rutas hacia objetivos mutuamente excluyentes. En los 1960 pensábamos en el desarrollo principalmente desde una perspectiva cuantitativa, en términos de crecimiento y de incrementar el volumen total de los bienes y servicios. En la década de 1970, habíamos empezado a entender que no era posible aumentar el volumen de los bienes y servicios si no se eliminaban ciertos impedimentos estructurales a la producción máxima. En todo caso, la maximización de bienes y servicios no parecía una meta del todo deseable. Entonces decidimos que el desarrollo debía consistir, en primer lugar, en medidas de reforma estructural. Nos dimos cuenta de que los impedimentos estructurales al desarrollo eran tanto endógenos como exógenos. Por ello, le prestamos especial atención a la dimensión internacional del desarrollo. La reforma agraria, las medidas radicales para reasignar los recursos a nivel local, la búsqueda de relaciones comerciales más equitativas y la reforma de los organismos monetarios internacionales eran los focos de nuestra atención a fines de la década pasada.

Junto con la necesidad de desmantelar las estructuras que impedían el desarrollo, también ganó terreno la convicción de que la distribución equitativa del producto social era tan decisiva para el desarrollo como aumentar la producción. Es por ello que en la década de 1970 se implementaron políticas integrales cuyo objetivo era la equidad política y socioeconómica.

En la década de 1980, la mayoría de los países del Tercer Mundo se dieron cuenta de que ni siquiera las medidas dirigidas a la reforma estructural y la equidad económica y social garantizaban por sí mismas el desarrollo. Por ello comenzaron a establecer otros objetivos. Los expertos en desarrollo comenzaron a hablar de "otro desarrollo", de la satisfacción de las "necesidades básicas", de un desarrollo "autosuficiente", en armonía con el ambiente, que incluía la garantía de los derechos humanos, el acceso, la participación y la democracia.

Hoy en día vemos el desarrollo como un proceso complejo y multifacético que va mucho más allá del fenómeno principalmente cuantitativo que concibieron los economistas en las décadas de 1950 y 1960. Sin duda debe resultar en una mayor producción, pero también incluye reformas políticas, sociales y económicas que garanticen la equidad y el espacio en el que los seres humanos puedan alcanzar su mayor potencial; es decir, la búsqueda de metas morales y espirituales, además de las puramente económicas. El desarrollo es indivisible, no sólo conceptualmente, sino también en el tiempo. Éste cohesiona una pluralidad de metas y estrategias, incluso incómodamente.

Los dilemas y las paradojas del desarrollo

Habiendo planteado la unidad fundamental del proceso de desarrollo, ahora debemos abordar los dilemas y las paradojas que lo caracterizan.

Aunque el desarrollo debe buscar la realización de una serie de metas, las concesiones son inevitables. Evidentemente, no todas las metas se pueden obtener simultáneamente, en igual medida o en todos lados. Concentrarse en una meta puede requerir que dejemos otras en suspenso por algún tiempo. Pero una política de postergación de este tipo podría poner en marcha ciertos procesos sociales que pueden impedir el logro de las metas primarias, para las que en primer lugar se consideró necesaria dicha estrategia de postergación.

Algunas experiencias de las últimas tres décadas sirven para describir este fenómeno.

a. Lo cuantitativo frente a lo cualitativo

Podemos llamarlo el debate del "Producto Interno Bruto (PIB) versus el índice de calidad de vida física". En las décadas de 1950 y 1960 los expertos en desarrollo destacaron las inversiones, la creación de capital, la tecnología, la productividad, etc. como componentes esenciales del desarrollo. Para la década de 1970, se había iniciado un proceso contrario. Se enfatizaba la necesidad de redistribuir y de concentrarse en metas más humanas, como la educación y la salud; en el bienestar y la calidad de vida en general en vez de en un aumento del volumen de bienes y servicios. Por consiguiente, muchos países implementaron programas integrales para la distribución de los excedentes. De esta manera se mejoró radicalmente la calidad de vida física. Los indicadores de alfabetismo, salud, mortalidad infantil, esperanza de vida y educación mostraron mejoras notorias.

Pero al cabo de una década se hizo evidente que "si alguien no seguía cocinando, el banquete tendría que acabar". No era posible mejorar la calidad de vida física a través de la redistribución si la economía no continuaba creciendo simultáneamente. Se consideró entonces que la estrategia del PIB era fundamental para conseguir un aumento continuo de la calidad de vida física. No eran excluyentes entre sí.

Asimismo, el PIB no puede seguir creciendo indefinidamente si no va de la mano de políticas de bienestar que garanticen la distribución equitativa del excedente. Si el crecimiento no llega acompañado constantemente de equidad, serán inevitables la conmoción y revolución social, que trastornan y retrasan el proceso de crecimiento.

Vemos, entonces, que las aproximaciones cuantitativas y cualitativas al desarrollo son interdependientes. Están unidas en una relación simbiótica. El único tema discutible es el de la postergación. Ésta varía en cada sociedad según una serie de factores históricos, políticos, económicos, sociales y culturales.

b. Necesidades básicas, autosuficiencia y participación[3]

La combinación de estos tres conceptos —necesidades básicas, autosuficiencia y participación— constituye un conjunto que surgió a comienzos de la década de 1980 como una alternativa al tipo de desarrollo que resultó de enfatizar el crecimiento y la producción.

La premisa básica que subyace tras este conjunto de políticas es la afirmación de que por mucho que los países del Tercer Mundo se esfuercen por ser "desarrollados" a la manera de los países industrializados, su meta es inalcanzable. Reconoce que las condiciones históricas en las que se desarrollaron los países capitalistas ya no existen y que los rezagados no encajan en el mundo capitalista. También cuestiona el valor y la conveniencia de esforzarse por seguir el modelo capitalista, aunque fuera alcanzable. Por ello insta a los países del Tercer Mundo a reducir sus expectativas y enfocarse en objetivos modestos. Estos objetivos serán definidos como "necesidades básicas". También rechaza la idea de que depender de la asistencia externa y la tecnología importada pueda ayudar a los países del Tercer Mundo a lograr sus metas de desarrollo. Insta, entonces, a estos países a practicar la "autosuficiencia" y a crear oportunidades para que toda la comunidad participe en el esfuerzo por lograr los objetivos del desarrollo.

Es importante recordar que este paradigma existe principalmente en las mentes de los académicos y de las agencias internacionales, que no tienen ninguna responsabilidad en el ámbito de la elaboración de políticas nacionales. Salvo al nivel de algunas microcomunidades que pueden haber salido del sistema por razones morales o religiosas, no se sabe de un solo sistema nacional que haya optado por este conjunto de metas de desarrollo, salvo tal vez Tanzania. Y también en ese caso, el tamaño de su deuda al sistema monetario internacional no justificaba su pretensión de "autosuficiencia".

Ésa es la paradoja que quiero demostrar. Supongamos que este conjunto de políticas de "necesidades básicas" y "autosuficiencia" es el correcto según algún conjunto de criterios. En un mundo saturado de mensajes mediáticos sobre la buena vida, en el que incluso las personas que viven en los pueblos más remotos están expuestas a diario a una abundancia de imágenes transmitidas por los medios masivos, ¿cómo hace el gobierno para persuadir al pueblo de contentarse con la satisfacción de una "necesidad básica" indefinida? ¿Qué es una necesidad básica? ¿Es disponer de un pozo o de agua corriente? ¿Es un plato lleno de arroz hervido o también proteínas y vitaminas? ¿Es una pizarra para el aula o un laboratorio para la escuela? ¿Es una bicicleta o un automóvil? Es probable que el conjunto de "necesidades básicas" garantice una uniformidad en la distribución de la pobreza. Pero esta uniformidad también se vuelve asimétrica con el tiempo, pero en una espiral descendente que conduce eventualmente a insurrecciones sociales con un costo tremendo.

Así volvemos nuevamente al carácter oolítico del desarrollo. No puede haber ningún tipo de desarrollo que descuide la productividad y el crecimiento. Pero el crecimiento tiene que equilibrarse con reformas estructurales que liberen a las fuerzas productivas de una sociedad. Al mismo tiempo, tiene que apoyarse en una serie de medidas que aseguren la equidad, una mejor calidad de vida y que garanticen los derechos humanos y las libertades democráticas.

c. ¿La tecnología y la comunicación para el desarrollo son factores causantes del desarrollo?

Si consideramos que el desarrollo es un proceso complejo y multifacético que busca el bienestar económico, sociocultural, político y espiritual de una sociedad, nuestro análisis del tema de la comunicación para el desarrollo nos lleva a preguntar qué tipo de comunicación puede garantizar el desarrollo, o por lo menos contribuir a su realización.

Pero antes de empezar siquiera a esbozar una respuesta, percibimos que la pregunta misma oculta un supuesto fundamental; a saber, que la tecnología de la comunicación y la comunicación para el desarrollo son causas importantes del desarrollo. Este supuesto es la clave de la hipótesis de la comunicación para el desarrollo (Jayaweera 1983). Cuestionarlo es amenazar toda la construcción. Podríamos matizarlo aún más. Su motor fundamental es la afirmación de que, independientemente del contenido de la comunicación y de sus estrategias y metas, la tecnología de la comunicación en sí inevitablemente produce cierto tipo de cambio social, de una escala y tipo que pueden distinguirse de los causados por otras fuerzas.

Se afirma que la mera introducción de tecnología de la comunicación en sociedades que aún están insertas en economías de subsistencia y culturas tradicionales produce transformaciones tan radicales en las mentes de sus miembros que inevitablemente les inserta en la modernidad. Se sostiene que la tecnología de la comunicación hace esto al generar todo un conjunto de nuevas actitudes, tales como la "movilidad psíquica", la "empatía", el "cosmopolitismo", la "motivación del logro", las "expectativas crecientes", etc. Se dice que a consecuencia de estas transformaciones, las personas que han vivido encerradas en comunidades de subsistencia durante tiempo inmemorable se liberan de su cautiverio y dan los primeros pasos, inseguros, hacia una vida más plena (Lerner 1963).

El ciclo de la modernización es conocido. Los estados psicológicos alterados comienzan a generar "deseos" que se convierten en un "aumento de la demanda". Una mayor demanda estimula la economía y esto resulta en una "mayor inversión" y "mayor producción" que a su vez generan más "empleo", que luego estimula una "demanda aún más elevada", y así sucesivamente. Por lo tanto, el resultado neto de introducir tecnología de la comunicación es poner en marcha la maquinaria de la producción y el crecimiento, y ayudar a la economía de subsistencia a cruzar el umbral del excedente.

En este sentido, el impacto de la tecnología de la comunicación en las sociedades tradicionales es similar a las consecuencias de largo alcance que suponen la construcción de carreteras y la introducción de dinero a estas sociedades. Juntas, ayudaron a incorporarlas al mundo del comercio y liberarlas del estancamiento económico y social (Jayaweera 1985).

El debate sobre la comunicación para el desarrollo, que ha perdurado durante las tres últimas décadas, se ha centrado principalmente en estas afirmaciones. Las críticas corresponden a dos posturas contradictorias.

Una postura sostiene que la tecnología de la comunicación y la comunicación para el desarrollo propician el desarrollo (Gramsci 1949, Horowitz 1965, Halloran 1974, Beltrán 1976). Determinar la veracidad o falsedad de esta cuestión es una tarea empírica y objeto de investigación.

La otra postura afirma que la tecnología de la comunicación y la comunicación para el desarrollo producen un estereotipo de ser humano adquisitivo e individualista, que fue creado por la revolución industrial y es la piedra angular del capitalismo. Este tipo de individualismo y capitalismo se consideran sumamente indeseables. De ahí la aversión a la tecnología de la comunicación y la comunicación para el desarrollo. Esta crítica es tanto empírica como ideológica. Empírica, en tanto pretende identificar una conexión causal entre la tecnología y el individualismo y el capitalismo. Es ideológica en tanto rechaza el individualismo y el capitalismo por indeseables.

Debería ser evidente que la crítica a nivel empírico es contradictoria. Si son falsas las afirmaciones de que la tecnología de la comunicación y la comunicación para el desarrollo producen un clima propenso a la creación de cierto tipo de desarrollo, entonces no puede ser válida la crítica de que tienden a reproducir un tipo humano individualista y producir una sociedad capitalista. Por otro lado, si esta última afirmación es válida, refuta la crítica que sostiene que la comunicación para el desarrollo no es un determinante importante del cambio social.

Yo consideraría que es evidente por sí misma la afirmación de que la tecnología de la comunicación es un determinante importante del cambio, por lo que no requiere investigación. Es relativamente irrelevante si la tecnología de la comunicación es el determinante más importante del cambio social, o qué importancia tiene la comunicación para el desarrollo en relación con los determinantes económicos y psicológicos. Lo que sí es importante para las políticas sociales y las estrategias de desarrollo es el reconocimiento de que estas tecnologías tienen un gran potencial para el desarrollo, y que están dispuestas a construir sobre ese potencial. Si tuviera que señalar pruebas que apoyen este supuesto, diría que la evidencia proviene del análisis histórico y no de la investigación en comunicación (Cherry 1978).

La investigación en comunicación ha producido evidencia que sustenta esta afirmación, sobre todo en el área de la comunicación de apoyo al desarrollo. Sin embargo, yo no considero que las pruebas que corresponden a la comunicación de apoyo al desarrollo necesariamente sean aplicables a la comunicación para el desarrollo. Lo digo por varias razones. El universo de la comunicación de apoyo al desarrollo es mucho más pequeño que el de la comunicación para el desarrollo, no sólo por su área territorial, sino porque trata una gama incomparablemente menor de variables. Estas variables pueden ser identificadas, monitoreadas, controladas y medidas. Pero cuando un investigador pasa al universo de la comunicación para el desarrollo, encuentra una abundancia desconcertante de variables que sólo operan a nivel de las entidades nacionales o megasociales. Aun si se pudieran identificar las principales variables, es casi imposible aislarlas, monitorearlas y controlarlas, y puede convertirse en una pesadilla metodológica, tanto así que ni siquiera las técnicas de análisis de factores y variables múltiples más sofisticadas son adecuadas para este fin. Debe ser por esta razón que uno encuentra tal escasez de investigación sobre la comunicación para el desarrollo a nivel mega o nacional en los países del Tercer Mundo o, para el caso, en cualquier lugar. Este vacío en la investigación se ha llenado principalmente extrapolando los hallazgos sobre la comunicación de apoyo al desarrollo. Yo considero que esta metodología es fundamentalmente fallida.[4]

Uno de los proyectos de investigación más significativos que intentó probar la hipótesis sobre la comunicación y el cambio social a nivel nacional, es el proyecto encargado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana y realizado por la Universidad de Leicester en la India entre 1978 y 1983 (Hartsman y otros 1983). Encontraron que el cambio social era el producto de una serie de factores, entre los cuales los medios masivos eran importantes, pero no el elemento principal. Sin embargo, también encontraron que los medios masivos tendían a beneficiar más a los sectores de la sociedad que ya eran adinerados, y a meramente consolidar las desigualdades existentes en vez de combatirlas.

Para los que hemos crecido en países del Tercer Mundo y hemos visto cómo la introducción de periódicos, revistas, películas, radio, y ahora televisión, a las áreas rurales del interior ha producido una nueva conciencia, y cómo las relaciones y estructuras tradicionales han cedido frente a su impacto, resultando en convulsiones sociales a una escala inimaginable hace unas décadas, la cuestión de si la tecnología de la comunicación es un determinante importante del cambio no necesita ser estudiada. Es una experiencia cotidiana.

¿Cuál es entonces la objeción real a la tecnología de la comunicación y la comunicación para el desarrollo? ¿Es porque tienden a quebrar un orden socioeconómico medieval? Seguro que no. Pocas personas han sido más críticas de las actitudes, hábitos y relaciones sociales de la economía campesina de subsistencia que Karl Marx (1970). Él consideraba que la disolución de dicho orden era una precondición para cualquier tipo de progreso. ¿El fracaso de la tecnología de la comunicación es su tendencia a producir o reproducir estereotipos capitalistas? Creo que la crítica es un tanto más compleja que eso.

La verdadera crítica es que aunque la tecnología de la comunicación y la comunicación para el desarrollo generaron "movilidad psíquica" y "mayores expectativas" y desordenaron el sistema tradicional, no lograron producir capitalismo, ni ningún orden económico que podría llamarse "desarrollado", según criterio alguno, sea capitalista, socialista, de autosuficiencia u otro. Nadie que esté interesado en el progreso, como sea que se defina, puede oponerse a esos estados psicológicos que los proponentes de la comunicación para el desarrollo describen cómo "movilidad psíquica", "empatía", "motivación al logro" y "mayores expectativas". Ellos constituyen el motor y el combustible del progreso. Son tan necesarios para movilizar a trabajadores y campesinos hacia la lucha revolucionaria como para producir comerciantes emprendedores y sostener el sistema de producción capitalista.

En ninguna parte del Tercer Mundo, donde la tecnología de la comunicación o la comunicación para el desarrollo han sido extensamente practicadas durante las últimas tres décadas, ha ocurrido el desarrollo como se concibe en este trabajo, ni en forma comparable alguna. Sin duda ha habido crecimiento. En algunos países, ha sido sostenido y a una escala en el tiempo sin precedentes ni en Occidente en el pico de su propia expansión. Pero no es desarrollo. Más bien, el "cosmopolitismo", la "movilidad psíquica" y las "mayores expectativas" han ayudado a producir "extensas barriadas urbanas", "consumismo descontrolado", "endeudamiento rural" y "drogadicción". La "motivación al logro" ha degenerado en "delincuencia, violencia creciente y juegos de apuestas". Las energías psíquicas recién liberadas colisionaron con un sistema tradicional estancado, y al no hallar allí posibilidad de expresarse de manera socialmente trascendente o creativa, se distorsionaron y expresaron en formas social y políticamente destructivas, tales como los conflictos étnicos virulentos, la desintegración nacional, el terrorismo y la anarquía.

La lección es clara. El error no está en la tecnología de la comunicación ni tampoco en la práctica de la comunicación para el desarrollo. El error es no armonizar el avance de la tecnología con los cambios correspondientes en las estructuras socioeconómicas vigentes. Las críticas contra la comunicación para el desarrollo suenan como si los países del Tercer Mundo tuvieran opciones sobre el tema de la introducción de los medios masivos a sus países, particularmente el vídeo y la televisión. Ya no existe realmente una opción. La crítica debería ser que los países del Tercer Mundo no han combinado la adopción de tecnologías con políticas apropiadas de reforma estructural.

Cuando se introduce la tecnología a un sistema que ya es desigual, siempre estimula el crecimiento y aumenta la producción. Pero no garantiza por sí misma que ese excedente sea distribuido de manera equitativa. En consecuencia, las desigualdades aumentan y se consolida y perpetúa el statu quo. Más aún, la nueva tecnología tiende a ser utilizada como sustituto de reformas estructurales cruciales. Es en ese contexto que la "revolución del aumento de las expectativas" se vuelve un aumento vertiginoso de frustraciones.

Así volvemos a nuestra definición inicial del desarrollo como fenómeno holístico. No tenemos que rechazar la tecnología de la comunicación. Tampoco tenemos que negar que sea un determinante importante del cambio social. Ni tenemos que preocu-

parnos sobre la tendencia de la comunicación para el desarrollo de reproducir estereotipos capitalistas. Sin embargo, lo que sí tenemos que asegurar es que se adopten las reformas estructurales apropiadas junto con las nuevas tecnologías, de manera que las energías liberadas por estas últimas puedan canalizarse a actividades productivas. La liberación de las capacidades productivas latentes en la mayor parte de los países del Tercer Mundo es una función de la tecnología de la comunicación y de las reformas estructurales.

El desarrollo y la revolución de la comunicación

En el análisis anterior sobre la relación entre la tecnología de la comunicación y la comunicación para el desarrollo con el desarrollo, utilicé el término "tecnología de la comunicación". Sin embargo, cuando interpretamos tecnología de la comunicación como "nuevas tecnologías de la comunicación", vemos que su relación con el desarrollo es completamente diferente.

Con "revolución de la comunicación" me refiero al impacto de los transistores, circuitos integrados, digitalización, satélites de comunicación, cables, fibras ópticas, vídeo, teléfonos satelitales y computadoras (a los que denominaré TIC o nuevas tecnologías de la información y la comunicación) en todos los ámbitos de la vida económica, social, cultural y política de todas las sociedades actuales. El impacto de estas tecnologías es tan profundo y penetrante que es prácticamente innecesario invocar resultados de investigación para establecer la validez de la afirmación de que tienen un carácter revolucionario (Gerbner y otros 1973). Sin embargo, necesitamos considerar una serie de preguntas críticas sobre las relaciones entre las nuevas TIC y el desarrollo. ¿Qué clase de desarrollo producen? ¿Qué consecuencias implican? ¿Qué opciones tiene la sociedad al respecto? ¿Cómo puede la sociedad beneficiarse de las nuevas TIC y mantener su autonomía e integridad (Schiller 1976)? Ningún debate sobre la comunicación para el desarrollo puede eludir estas preguntas.

El carácter revolucionario de las nuevas TIC cierra el debate de los años 60 y 70 sobre si la tecnología de la comunicación es o no una causa determinante del desarrollo. Actualmente, la pregunta más bien es si hay un solo factor que determina la dirección, ritmo y calidad del desarrollo como las nuevas TIC. De hecho, al aplicar la tecnología de la comunicación al proceso de producción por medio de la automatización y el fenómeno conocido como "convergencia", la comunicación ha pasado de ser solamente un componente de las relaciones productivas a constituir un elemento crítico en la totalidad de los medios de producción. Ha pasado de ser un fenómeno secundario, o superestructura, a ser el fundamento o infraestructura de las sociedades modernas (Smythe 1981). La tecnología de la comunicación está disminuyendo rápidamente el papel de la mano de obra como factor en la producción y, por tanto, está alterando algunas teorías económicas clásicas importantes (tanto de la derecha como de la izquierda, de Ricardo como de Karl Marx) sobre la importancia de la mano de obra en la creación de valor.

Las nuevas TIC están acelerando el tipo de desarrollo que se acusó a los medios masivos de producir en la década de 1960. Están estimulando la "movilidad psíquica", la "empatía", el "cosmopolitismo", la "motivación al logro" y las "crecientes expectativas" a una escala sin precedentes.

Por una parte, esta función multiplicadora debe ser bienvenida. Está ayudando a romper con actitudes mentales que produjeron una economía de subsistencia durante siglos. Sin embargo, si no se eliminan simultáneamente las estructuras de poder que también actúan como limitantes del desarrollo —la propiedad de la tierra y los privilegios de casta, el acceso desigual a la educación y la salud y los obstáculos a la participación política y económica—, lejos de producirlo, es probable que tengamos un desarrollo cada vez más profundamente defectuoso.

Esto no sugiere que las nuevas TIC deban o puedan ser descartadas. Más bien se trata de señalar la necesidad urgente de un programa integral de reestructuración social y económica. Hay quienes sostienen que dicha reestructuración se dará automáticamente tras una aceleración económica rápida y que se debe dejar que las fuerzas del mercado y el efecto "en cascada" se ocupen de la ingeniería social. En las últimas dos décadas se ha encontrado que esto es falso, aun respecto de las tecnologías de medios masivos. Lo que sí es cierto es que las estructuras existentes tienden a consolidarse y perpetuarse. Se ha visto que ceden únicamente ante el impacto de revoluciones y convulsiones sociales de largo alcance que entrañan un costo social y humano incalculable.

Debido a la ausencia de dichas reformas estructurales, los países del Tercer Mundo están sufriendo un pronunciado incremento en el consumismo. La gente está motivada por un deseo insaciable de "buenas cosas" que llegan a sus pantallas de televisión a través de los comerciales y las telenovelas. Al no ser capaces de satisfacer estas necesidades por medio de la producción, los gobiernos se ven obligados a contraer préstamos masivos en el mercado comercial internacional. Y así continúa creciendo la deuda del Tercer Mundo. Mientras tanto, la gente pobre de las zonas remotas sigue atestando las ciudades en busca de la buena vida que ven diariamente en la televisión. El crecimiento urbano caótico, la delincuencia, la drogadicción, la salud y el saneamiento añaden una carga adicional a los presupuestos nacionales insuficientes. Éste es el desarrollo que realmente se está dando en la mayoría de los países del Tercer Mundo hoy en día.

Otro aspecto del nuevo desarrollo es la integración progresiva de los países periféricos al "sistema mundial" dominante el capitalismo occidental en la economía, la política y la cultura (Wallerstein 1979). Esta integración se está dando como resultado de la creciente e irreversible dependencia a la que se está sometiendo los países del Tercer Mundo a través de la adopción de las nuevas TIC. Las ventajas que tiene el capitalismo occidental en el área de la investigación y desarrollo sobre casi todos los países del Tercer Mundo hacen que los intentos de estos últimos por actualizarse sean heroicos, pero inútiles. La dependencia se está profundizando.

El componente cultural de esta integración sea acaso el más evidente y conmovedor. Se describe como "imperialismo cultural", "homogeneización cultural" o "sincronización cultural" (Hamelink 1983) y básicamente significa una sola cosa: el ejercicio del dominio de las culturas capitalistas occidentales sobre las del Tercer Mundo, con la consiguiente integración progresiva de estas últimas al sistema dominante, o incluso su aniquilación total. Es un corolario lógico de la expansión del capitalismo por todo el mundo.

¿Qué opciones tienen los países del Tercer Mundo? Prácticamente ninguna, y por una variedad de razones. En primer lugar, las elites dominantes de la mayoría de los países del Tercer Mundo, sean elegidas o no, civiles o militares, son las principales beneficiarias locales de esta relación. Son vulnerables a todo tipo de ablandamiento presente en las campañas agresivas de venta. Segundo, sería temerario e impráctico rechazar los satélites en red, las computadoras y los teléfonos digitalizados. Ningún país puede mantenerse al margen de estas redes y participar del comercio mundial. En tercer lugar, la presión popular al interior de estos países —es decir, la demanda de bienes y de buena vida— es tan fuerte que, independientemente de la capacidad que tenga esa sociedad de adquirirlas, los gobiernos están obligados a proveerlas, aunque sea por medio de préstamos externos. Su alternativa es verse forzados a dejar sus cargos o a aumentar la represión.

Las propuestas de "desarticulación", "autosuficiencia" y "desarrollo automático" (Senghas 1983) no son sino fantasías conceptuales poco transcendentes en la realidad. Aunque estas consignas han gozado de un lugar prominente en el debate, no constituyen opciones reales.

La verdad en este tema debe situarse en algún punto medio entre el oportunismo de la mayoría de las

elites del Tercer Mundo, que quieren participar de la carrera por comprar las nuevas TIC, y el rechazo de quienes aspiran a cerrar las puertas y escudarse en la "autosuficiencia". Es imposible ignorar a las nuevas TIC hoy en día, como a las carreteras y los ferrocarriles en el pasado. Necesitamos una aproximación positiva y creativa a las nuevas TIC. El reto para los expertos en desarrollo, creadores de políticas públicas y especialistas en tecnología del Tercer Mundo es utilizar estas tecnologías en sectores de la economía en los que la producción puede crecer rápidamente, en vez de permitir que solamente estimulen la propensión al consumo. Al mismo tiempo, deben asegurarse de no depender de los mecanismos del mercado para distribuir los beneficios de esa nueva ola de producción, sino de políticas integrales de bienestar social y de responsabilidad social en la adopción de las nuevas TIC.

Comunicación para el desarrollo y democracia: la dimensión nacional e internacional

Otra dimensión importante del tema del desarrollo y la comunicación —surgida principalmente durante la década pasada— es el tema de la democracia.

Durante las últimas dos décadas hemos visto cómo nuestra comprensión del desarrollo pasó de ser sencilla a compleja, de lo cuantitativo a lo cualitativo. Uno de los temas que ahora asociamos al desarrollo es la democracia: los derechos humanos, las libertades civiles, los derechos de acceso a la comunicación y la información, y el derecho a la participación. Estos últimos derechos, que pueden llamarse derechos a la comunicación, fueron formulados en lo que UNESCO llamó el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). La resolución que lo estableció en 1982 fue firmada por todos los Estados que eran miembros de la UNESCO en ese momento.

Es importante analizar brevemente qué implica esta propuesta, ya que ha sido objeto de burla y tergiversación, particularmente en la prensa occidental. Es básicamente una propuesta de pluralismo y acceso, participación y sensibilidad a las culturas. Es un llamado a la necesidad de evitar el periodismo etnocéntrico y los monopolios privados o controlados por el Estado, y de extender el poder de la comunicación tanto como sea posible (MacBride 1980). Resulta desconcertante que cualquier grupo de naciones o individuos que estén comprometidos con la democracia pueda rechazar esta propuesta.

Sin embargo, este llamado fue abandonad por una agrupación inusual de tres bloques de poder. En primer lugar, fue constantemente desacreditado por los poderes occidentales que optaron cínicamente por interpretárlo como un intento de silenciar a la prensa e imponer la censura. La verdad es que la propuesta de un NOMIC fue una amenaza para el dominio que ejercen actualmente cuatro o cinco agencias de noticias occidentales sobre el flujo de las noticias internacionales. En segundo lugar, fue convenientemente olvidada por el grupo del Tercer Mundo que la vio como una visibilización de su propia negligencia respecto de la democracia a nivel nacional. Y fue abandonada por el bloque comunista porque subrayaba su fracaso en asegurar la democracia en la comunicación dentro de sus propios territorios.

El abandono de la propuesta de un NOMIC, sobre todo en su aspecto nacional, fue un grave contratiempo para la comunicación para el desarrollo. La agenda NOMIC incluía la búsqueda de pluralismo en las fuentes y medios de noticias, el acceso y la participación, la veracidad en la cobertura de noticias, la libertad para los periodistas, etc. La falta de estas características en la mayoría de los sistemas de comunicación del Tercer Mundo es precisamente lo que hizo que perdieran su credibilidad y eficacia como instrumentos de comunicación (Jayaweera 1970, 1976, 1978). Esta falta de credibilidad causada por el uso de los medios de comunicación nacionales para la propaganda partidista, y la ausencia de acceso democrático han contribuido en gran medida a la frustración de la comunicación para el desarrollo.

Tanto en la esfera internacional cuanto en el escenario nacional, la ausencia de estas características democráticas básicas seguirá acosando a la comunicación para el desarrollo.

La comunicación para el desarrollo y la cultura tradicional

Durante los últimos treinta años el concepto de cultura tradicional ha sido prominente en los debates sobre la comunicación para el desarrollo en dos sentidos importantes, aunque contradictorios. Inicialmente, empezando con la tesis de Daniel Lerner, el concepto de la comunicación para el desarrollo se basó en el supuesto de que los hábitos y valores de las culturas tradicionales eran incongruentes con los que se requieren para poner en marcha el proceso de desarrollo y, por tanto, debían ser reemplazados por los valores y actitudes que produjeron el capitalismo en Europa: el individualismo, la motivación al logro, la ambición y la codicia, el deseo de acumular y de combatir y superar cualquier obstáculo a su satisfacción.

En su primera etapa, la investigación en comunicación era principalmente el dominio de académicos de Estados Unidos, por lo que la única forma de desarrollo que parecía deseable o siquiera concebible era el modelo capitalista. En consecuencia, era lógica e inevitable la actitud hacia las culturas tradicionales que eran vistas como obstáculos al desarrollo.

Sin embargo, en la década de 1970, cuando se hizo evidente que el ideal capitalista no era deseable ni alcanzable, surgió una tendencia contraria: la de idealizar a las culturas tradicionales. Esta tendencia básicamente sostenía que las culturas tradicionales tenían formas propias de comunicación que eran adecuadas para satisfacer las necesidades del desarrollo. Esta perspectiva fue ampliamente adoptada a mediados de la década de 1970 (Colletta 1979). Se adhería cómodamente a la filosofía de la "autosuficiencia" y la búsqueda de "otro desarrollo", que también estaban de moda en esa época (Dag Hammarskjöld Foundation 1975). Se lanzaron entonces programas integrales para promover las formas tradicionales de comunicación: el canto, la danza folclórica, el teatro callejero y popular, títeres y mimo.

Estas formas de comunicación tenían varias características que las hacían recomendables para los países del Tercer Mundo. Estaban disponibles localmente y eran baratas. No necesitaban de especialistas externos para funcionar. No era un problema la enseñanza de habilidades y todo el sistema era administrado por gente local.

La cultura también figuró en el debate sobre la comunicación para el desarrollo como un marco para la metodología de la investigación. Los primeros estudios sobre la comunicación para el desarrollo eran "positivistas" y no incluían consideraciones culturales. La investigación se consideraba neutra en cuanto a los valores y, por lo tanto, exenta de sesgos culturales. Sin embargo, para fines de los 1960, una nueva aproximación a la investigación sobre las ciencias sociales se volvió predominante. Ésta llegó a ser descrita como la aproximación interpretativa (Dissanayake 1983). Resaltaba los sesgos culturales en la investigación misma y exigía más atención a factores como el idioma, los símbolos, los mitos, las tradiciones folclóricas y la música, las canciones y las tradiciones dramáticas de una sociedad para comprender el papel de la comunicación en el desarrollo.

La Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (1987) realizó un programa de estudios en México, Kenya, Bengala, Tamilnadu en la India y Filipinas durante cinco años a fin de evaluar cuán eficaces eran las comunicaciones basadas en la cultura folclórica para realizar objetivos de desarrollo. Este programa de estudios llegó a los siguientes resultados sorprendentes:

- Las formas de comunicación tradicionales no promueven los objetivos de desarrollo por sí solas.

- Libradas a su suerte, tienden a fortalecer y perpetuar estructuras de poder arraigadas que son inequitativas y contrarias al desarrollo.

La debilidad fundamental de la comunicación tradicional es que el tipo de desarrollo que alienta no promueve el bienestar material. Las aldeas también quieren bienes materiales, bicicletas y automóviles, refrigeradoras y ventiladores, radios y teléfonos. Tal vez en la mente de algunos de nosotros, no debería ser así. Tal vez tendrían que estar viviendo en un estado de satisfacción idílica "libre de deseos". Pero a lo sumo se trata sólo de un ideal y no de una realidad empírica. Incluso como ideal suele ser recomendado sólo por académicos, miembros de las elites que ya poseen estos bienes o por visionarios idealistas que sienten que deben recomendar su percepción particular de la "buena vida" para que sea adoptada por toda la sociedad.

Pero las formas tradicionales de comunicación pueden, y lo han sido, ser aprovechadas de manera eficaz en escenarios de comunicación de apoyo al desarrollo, bajo ciertas condiciones específicas (Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana).

Algunas condiciones esenciales son:

- Tienen que estar precedidas por una estrategia que establece claramente las metas y objetivos;
- Tienen que apoyar a estrategias de comunicación que abarcan escenarios mucho mayores que una aldea; y,
- Son más eficaces cuando se usan dentro de un espacio local, como un componente de una estrategia de comunicación de apoyo al desarrollo, pero nunca como alternativa a la comunicación para el desarrollo o sustituto de una política nacional de comunicación.

Conclusión

La dificultad de este trabajo ha sido la necesidad de trabajar fuera de los paradigmas dentro de los cuales hemos conducido el debate sobre la comunicación para el desarrollo hasta el momento. Tenemos que ver tanto el "desarrollo" como la "comunicación", y la relación que guardan entre sí como conjuntos de fenómenos profundamente complejos y holísticos.

Debemos aceptar que no puede haber ningún tipo de desarrollo que ignore las necesidades y deseos materiales de la sociedad. Lo que es una "necesidad" para un grupo puede ser un "deseo" para otro. Varían de una sociedad a otra y también en el tiempo.

Para que estas necesidades y deseos se materialicen, tiene que haber un cierto estado de conciencia previo, cierto patrón de actitudes y motivaciones. La "movilidad psíquica", la "empatía", la "motivación al logro" y las "expectativas" no sólo son deseables, ¡constituyen una condición *sine qua non* de cualquier tipo de progreso en el sentido material! Independientemente de si buscamos construir una sociedad capitalista o socialista, éstas imparten el primer ímpetu (Lerner y Schramm 1967). ¡Incluso el desarrollo de una lucha de clases requiere de una proliferación de estas mentalidades!

Sin embargo, para que estos estados de conciencia se transformen en energías socialmente productivas, tenemos que proveer el espacio socioeconómico apropiado. Desmantelar las estructuras y relaciones que impiden el desarrollo es una condición necesaria para proveer ese espacio. Al no existir, las energías psíquicas recientemente liberadas chocan con estructuras inquebrantables y producen una serie de manifestaciones socialmente improductivas como la migración urbana, el crecimiento de las barriadas, el consumismo, el tráfico de drogas, el endeudamiento, la prostitución, el aumento de la delincuencia y mayores frustraciones. La consecuencia acumulada de todo esto es la convulsión social, con un costo humano y social enorme. Por lo tanto, la adopción de la tecnología y la búsqueda simultánea de reformas estructurales no son opciones excluyentes. Constituyen estrategias mutuamente necesarias y simbióticas.

Sin embargo, maximizar la producción de bienes y servicios y asegurar que sean distribuidos de la manera más equitativa posible no agota las necesidades del desarrollo. La gente también necesita acceder al poder y querer compartirlo. Quiere participar en la toma de decisiones que moldeará su bienestar. Quiere libertad para articular sus puntos de vista y percibe que tiene derecho a recibir y transmitir información. A la vez que está abierta a otras culturas, siente la necesidad de preservar y enriquecer la suya. Tiene derecho a que no se estereotipe su identidad social o nacional en los canales de televisión internacionales. Todos éstos constituyen elementos del paquete de desarrollo tal como se ha definido en las últimas dos décadas. Representan los aspectos éticos y espirituales del desarrollo.

Pero los aspectos éticos y espirituales del desarrollo son en realidad más profundos. Para que una sociedad sea considerada como desarrollada, debe manifestar voluntad tanto de compartir cuanto de adquirir; la disposición tanto de cuidar de los demás como de competir con ellos; la capacidad de amor y compasión además del impulso de la agresividad. ¿Cómo transformamos una sociedad codiciosa en una sociedad solidaria?

El desarrollo ha dejado de ser solamente una preocupación de economistas, sociólogos y expertos en desarrollo. También concierne a quienes ven la realidad desde la perspectiva de los valores fundamentales en su dimensión vertical. La mayoría de los científicos sociales, por lo menos los que se han educado dentro del modelo empírico y cuantitativo, tienden a ignorar estos temas porque no caen dentro del campo de la investigación empírica.

Por otro lado, el interés por los asuntos éticos y morales y la preocupación por la espiritualidad son tan generalizados como la búsqueda de bienes materiales. Si los científicos sociales no pueden desarrollar una metodología y un vocabulario para lidiar con este fenómeno, se estarán excluyendo de un segmento importante de la realidad contemporánea. El movimiento por una comprensión plenamente holística del desarrollo es tal vez el elemento más radical del pensamiento actual sobre el desarrollo (Robertson 1983). La búsqueda de una economía alternativa, la preocupación por la salud y la medicina alternativas y la preocupación por el medio ambiente demuestran este cambio.

El reto de la comunicación para el desarrollo surge de la necesidad de superar la idea simplista y lineal del desarrollo de las décadas de 1960 y 1970. Ahora se aspira a un tipo de desarrollo mucho más complejo, sutilmente matizado y aun más difícil de lograr que el que se buscaba hace dos décadas. ¿Puede desarrollar estrategias de comunicación que no sólo dependan de la eficacia de la tecnología? ¿Pueden sus estrategias abarcar la necesidad humana de vivir no sólo del pan?

Notas

1 Esta distinción aún no se ha planteado teórica ni sistémicamente.

2 Este concepto está desarrollado con gran sensibilidad y amplitud en Guantilleke 1981.

3 Véase Nerfin 1977.

4 Casi todas las generalizaciones sobre la "comunicación para el desarrollo" que han hecho los académicos después de las obras fundamentales de Lerner, Schramm, Inkeles y Smith, y Everett Rogers se han basado en resultados de la comunicación de apoyo al desarrollo.

Bibliografía citada

Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (1987). "Experiences in People's Communication". Informe final del Programa Intercultural.

Beltrán, Luis Ramiro (1976). "Alien Premisses, Objects and Method" en Rogers, Everett (ed.) *Communication and Development*. Sage.

Cherry, Colin (1978). *World Communication: Threat or Promise*. John Wiley and Sons.

Colletta, N. J. (1979). "The Sarvodaya Experience" en *International Development Review*.

Dissanayake, Wimal (1983). *Communication Research and Cultural Values*. México, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

Gerbner, George; Gross, Larry y Melody, Bill (1973). *Communication Technology and Social Policy*. Wiley-Interscience Publications.

Gramsci, Antonio (1949). *The Modern Prince and other Writings*. Lawrence Wishart.

Guantilleke, Godfrey (1981). "Ethics of Order and Change – An Analytical Framework" en Guantilleke, G. y otros (eds.) *Ethical Dilemmas of Development in Asia*. Lexington Books.

Halloran, James (1974). *Mass Media and Society*. Leicester University Press.

Hamelink, Cees (1983). *Cultural Autonomy in Global communications*. Longman.

Hartsman, Paul y otros (1983). *Mass media and Village Life*. WACC.

Horowitz, Irwin (1965). *The New Sociology – Essays in Social Science Theory*. Oxford University Press.

Jayaweera, Neville (1978). "Mass media and State power in Sri Lanka" en *Media Asia*, Vol. 5, Nº 2.

Jayaweera, Neville (1983). "Communication Satellites – A Third World Perspective" en Becker, Jorg *Information Technology and a New International Order*. Chartewell-Bratt Ltd.

Jayaweera, Neville (1970). "Mass Media and Development – Potentials and Perils" en *Journal of International Institute of Communication*, Winter.

Jayaweera, Neville (1979). "Algunos problemas en torno a las estrategias de comunicación en un país en desarrollo". Exposición en la Asamblea General de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social.

Jayaweera, Neville (1985). "New technologies and Third World Cultures" en *Cultures*, Nº 36. Paris, UNESCO Publications.

Lerner, Daniel (1958). *The Passing of Traditional Society; Modernizing the Middle East*. New York, The Free Press.

Lerner, Daniel (1963). "Towards a Communication Theory of Modernization" en Pye, Lucien (ed.) *Communications and Political Development*. Princenton University Press.

Lerner, Daniel y Schramm, Wilbur (1967). *Communication and Change in the Developing Countries*. East West Center Press.

MacBride, Sean (1980). *Many Voices One World*. Paris, UNESCO.

Marx, Karl (1970). "The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte" en *Marx and Engels - Selected Works*, Vol. 1. Moscow, Progress Publishers.

Nerfin, Max (ed.) (1977). *Another Development – Approaches and Strategies*. Uppsala, Sweden, Dag Hammarskjöld Foundation.

Robertson, James (ed.) (1983). *The Sane Alternative*. River Basin Publishing Company.

Rogers, Everett (ed.) (1976). *Communication and Development – Critical Perspectives*. Sage.

Schiller, Herbert (1976). *Communication and Cultural Domination*. M. Sharpe.

Schramm, Wilbur (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford University Press.

Senghas, Dieter (1983). "Dissociation and Autocentric Development" en *Economics*, Vol. 18.

Servaes, Jan (1986). "Communication and Development Paradigms – An Overview" en *Media Asia*, Vol. 13, Nº 3. WACC.

Smythe, Dallas (1981). *Dependency Road*. Ablex.

Wallerstein, Immanuel (1979). *The Capitalist World Economy*. Cambridge University Press.

What Now? Informe de la Dag Hammarskjöld Foundation, 1975.

Jayaweera, Neville (1987). Capítulo en Jayaweera, N. y Amunugama, S. (eds.) *Rethinking development communication*. Singapore, Asian Mass Communication Research and Information Centre. Reproducción autorizada por el autor.

La aplicación de la investigación-acción participativa en América Latina[1]

Orlando Fals Borda

El interés en torno a la investigación-acción participativa (IAP) ha crecido mundialmente debido a su utilidad para la iniciación y promoción de cambios radicales a nivel de las bases, donde los problemas económicos, políticos y sociales no resueltos han venido acumulando un potencial peligroso. Se dice que la IAP impulsa los procesos de cambio en formas constructivas y no violentas, aunque sí prevé las acciones revolucionarias donde existen frustraciones colectivas o en casos de violencia reaccionaria hostil hacia los sectores populares.

Tales procesos de cambio radical incluyen una combinación de investigaciones científicas, educación para adultos y acción política. Se ha determinado a través de una serie de estudios realizados en muchos países del Tercer Mundo por académicos y activistas locales que, efectivamente, puede lograrse el cambio. En Colombia, los estudios sobre la IAP empezaron en la década de 1970 en la costa del Atlántico, siendo complementados por otros posteriores en los últimos años. Algunos de estos estudios fueron auspiciados por el Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID) de Canadá y la Fundación Punta de Lanza de Bogotá. Sus resultados se han publicado con el titulo *Historia doble de la costa*, en cuatro volúmenes (Fals Borda 1979-1986).

El título de aquel texto nos dice algo sobre la metodología de la IAP. Es una "historia doble" porque se escribe paralelamente en dos estilos o idiomas en caras opuestas: una para el lector no especialista, que se presenta en forma literaria, y otra para la capacitación de los cuadros, que se presenta en términos conceptuales y teóricos, a manera de interpretación sociológica del texto literario. El fin de este estilo dual es asegurar la comprensión popular de los mensajes analíticos y aumentar los niveles de conciencia. Ahora las personas interesadas en el tema del progreso y el desarrollo en la costa del Atlántico, así como en otras partes, utilizan la "doble historia" extensamente.

Otra iniciativa reciente combinó el método comparativo de campo con la IAP. Esto no se había hecho hasta 1982, cuando equipos de investigadores aplicaron el mismo marco de referencia en sus países respectivos (Nicaragua, Colombia y México), en comunidades rurales tri-raciales. Esta iniciativa contó con financiamiento de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, Departamento de Empleo y Desarrollo, Ginebra) y fue publicado en forma de libro (Fals Borda 1985) con el título *Conocimiento y poder popular: Lecciones con campesinos de Nicaragua, Colombia y México*.

La investigación del CIID en la costa y el estudio comparativo de la OIT que utilizaron la IAP han ayudado a aclarar temas metodológicos y técnicos básicos vinculados a este tipo de trabajo con y para unidades de base. Confirmaron que la IAP, tal como se señaló líneas arriba, no está orientada exclusivamente a la investigación, ni a la educación para adultos o la acción política, sino que abarca todos estos aspectos como tres etapas o con un énfasis no necesariamente consecutivo. Se combinan en una metodología experimental, un proceso de comportamiento personal y colectivo que ocurre dentro de un ciclo de vida y un trabajo gratificante y productivo. Esta metodología experimental para la vida y el trabajo implica la adquisición de conocimientos serios y confiables sobre los cuales construir poder

para los grupos sociales pobres y explotados y sus organizaciones auténticas. En este sentido, el poder popular se puede definir como la capacidad de los grupos de base, que están social y económicamente explotados, de articular y sistematizar el conocimiento (tanto el suyo propio como el que les llega de fuera) de tal forma que puedan volverse protagonistas del progreso de su sociedad y de la defensa de sus propios intereses como clase y grupo.

Los objetivos de esta combinación de conocimiento y poder son: 1) habilitar a los grupos y clases oprimidas a adquirir suficiente fuerza creativa y transformadora para expresarse en proyectos, acciones y luchas específicas; y, 2) producir y desarrollar procesos de pensamiento sociopolítico con los que las bases populares se puedan identificar. En la práctica, la evaluación de estos objetivos se hace examinando los resultados que se obtienen en los proyectos IAP, no a través del razonamiento y las reglas abstractas.

Es evidente que estos objetivos van más allá de las tradiciones académicas que han destacado el valor de la neutralidad y de una objetividad positivista como prerrequisitos para la "ciencia seria". La IAP no niega la necesidad de disciplina y continuidad en la acumulación y sistematización del conocimiento, y espera encontrar estas cualidades en los académicos. Sin embargo, esto implica una reorientación en términos teleológicos que llevaría a conocimientos académicos y populares o de sentido común más integrados, de manera que podría ser una posibilidad real, y ya no sólo una necesidad proclamada, un nuevo tipo de "ciencia revolucionaria" (en términos de Kuhn). Dado que esto aún está en proceso, la naturaleza polémica de tal posibilidad se acepta fácilmente, y se espera que todas las personas que participen se puedan beneficiar de ella intelectual y humanamente.

En el marco de dichas polémicas y limitaciones, la aplicación de esta metodología para la vida productiva y el trabajo en comunidades rurales mexicanas, nicaragüenses y colombianas en los últimos años ha permitido progresar en la evaluación de dos problemas teóricos relevantes: 1) las implicancias que la percepción de la realidad y el mundo contemporáneo tienen en el *comportamiento cotidiano* colectivo y personal; y, 2) los efectos que puedan tener las luchas conscientes del pueblo en los estándares actuales de vida y trabajo, y en alcanzar, defender y promover los cambios revolucionarios en la sociedad a través de mecanismos internos y externos de *poder contrapuesto* a los sistemas explotadores.

Evidentemente, se deben tener en cuenta las diferencias entre la condición revolucionaria de Nicaragua y la de las "democracias representativas" de México y Colombia, aunque estos sistemas "democráticos" estén en crisis. La metodología de la IAP se ha mostrado solidaria con la revolución nicaragüense, lo que indica que sus elementos culturales, sociales y económicos tienen un valor de repercusión y proyección en otras partes del continente. Éste no es un descubrimiento nuevo, pero sí se presenta en un momento oportuno, y las experiencias compartidas recientes con la IAP en los tres países (y en otros lugares) subraya la importancia de dos grandes lecciones sobre la implementación y el ejercicio del poder popular en el trabajo de campo y en la educación para adultos: 1) cómo interactuar y organizar a favor de esos objetivos; y, 2) cómo reconocerse uno mismo y aprender en tales contextos.

A primera vista podría parecer que no hay nada nuevo en estas dos lecciones. Muchos observadores dirían que tales temas están implícitos en la literatura actual sobre el desarrollo social y económico, pero hay diferencias significativas en la forma como los elementos propuestos de organización y conocimiento se conciben en las dos metodologías de desarrollo y participación tal como se presentan aquí.

La diferencia principal está en sus concepciones ontológicas. El discurso del desarrollo, como bien se sabe (la tesis de Foucault sobre la arqueología del conocimiento nos puede ayudar al respecto), tiene que ver con los conceptos de pobreza, tecnología, capital, crecimiento, valores, etc., tales como se definen desde la perspectiva de los países ricos y desarrollados (donde se propuso por primera vez el concepto de desarrollo), y es un discurso organizado como un todo intelectual coherente con el objetivo de racionalizar y defender el predominio mundial de esas sociedades ricas y poderosas.

Por otro lado, el discurso de la participación o contradiscurso, que se inició en el Tercer Mundo —probablemente como una respuesta dialéctica endógena a las acciones del mundo desarrollado— postula una organización y estructura del conocimiento en las que las sociedades dominadas y subdesarrolladas articulan su posición sociopolítica sobre la base de sus propios valores y capacidades y actúan de acuerdo con éstos para lograr su liberación de las formas opresivas y explotadoras de dominación que les imponen los poderes extranjeros ricos (capitalistas) y las elites consulares locales, para crear una vida más satisfactoria para todos. De esta manera, se podría forjar una perspectiva mundial o *Weltanschauung* más humana.

Este equilibrio creativo, o confrontación positiva, podrían ser necesarios hoy en día para frenar las fuerzas destructivas que se desatan en el mundo, aunque no por voluntad de los pobres y necesitados: la arrogante carrera armamentista, las injusticias flagrantes, las oligarquías derrochadoras y egoístas, las tendencias monopolísticas y el abuso desenfrenado de la naturaleza y el hombre. La IAP puede contribuir significativamente a este campo en el que el conocimiento y la acción se combinan para el progreso social.

Participación y organización

Nuestra primera lección —aprender a interactuar y organizar— se basa en el concepto existencialista de la *vivencia* (o *Erlebnis*), que propuso el filósofo español José Ortega y Gasset. A través de la experiencia real de algo aprendemos intuitivamente a conocer su esencia, lo sentimos, gozamos y entendemos como una realidad, y así introducimos nuestro propio ser a un contexto más amplio y gratificante. En la IAP, tal experiencia se complementa con otra: la del *auténtico compromiso* que resulta del materialismo histórico y el marxismo clásico (la undécima tesis sobre Feuerbach: «Los filósofos no deben contentarse con sólo explicar el mundo sino tratar de transformarlo»).

Esta combinación de experiencia y compromiso nos permite decidir cuál es el objetivo de ese conocimiento: los grupos de base mismos. Más aún, tal concepto reconoce que hay dos tipos de propulsores o agentes del cambio: los que son externos y los que son internos a las clases y unidades explotadas. Tales agentes se unen con un sólo fin (*telos*), el de lograr las metas compartidas de transformación social.

Ambos tipos de propulsores (internos y externos) aportan sus propios conocimientos, técnicas y experiencias al proceso de transformación. Dado que estos elementos de conocimiento resultan de distintas confrontaciones de clase y racionalidades (una cartesiana y académica, y la otra práctica y basada en la experiencia), se crea entre ellas una *tensión dialéctica* que sólo se puede resolver a través del compromiso práctico, es decir, a través de la *praxis*. Pero la suma del conocimiento de ambos tipos de agentes permite la adquisición de una representación mucho más precisa y correcta de la realidad que queremos transformar. Por ello, el conocimiento académico más el conocimiento y la sabiduría popular pueden resultar en un conocimiento científico total de naturaleza revolucionaria (y tal vez otro paradigma) que destruya el anterior monopolio injusto de clase.

Esta tensión dialéctica en la praxis lleva al rechazo de la asimetría que implica la relación sujeto/objeto que caracteriza a la investigación académica tradicional y a la mayor parte de las tareas de la vida diaria. Según la teoría participativa, esa relación se debe transformar en una de sujeto/sujeto. De hecho, la destrucción del binomio asimétrico es el nú-

cleo del concepto de la participación tal como se entiende en el contexto actual y en otros aspectos de la cotidianeidad (familia, salud, educación, política, etc.).

Por lo tanto, *participar* significa romper la relación de sumisión y dependencia implícita en el binomio sujeto/objeto de manera voluntaria y a través de la praxis. Ésa es su esencia auténtica.

Veamos un ejemplo proveniente de un trabajo de campo relacionado a estos conceptos. La Comisión Coordinadora de El Regadío (Nicaragua), que se estableció al inicio de nuestra experiencia, tenía que familiarizarse plenamente con la investigación, asegurarse de que el censo de la comunidad se lleve a cabo debidamente y ayudar a analizar y corregir sus resultados. Los investigadores señalaron, sin embargo, que los miembros de la Comisión comenzaron a quejarse de dolores de cabeza, de espalda y de cuello, etc., justamente cuando se requería de una reflexión intelectual mayor. La intención implícita era que los propulsores externos debían dar las "respuestas correctas". Dado que no estaban dispuestos a hacerlo, se dieron momentos tensos de silencio a la hora que los miembros de la Comisión esperaban las respuestas, o se distraían con conversaciones y bromas triviales.

Si hubieran adoptado otras pautas de investigación o acción, nuestros investigadores podrían haber asumido fácilmente la función que "normalmente" esperan los campesinos de El Regadío de estos líderes indispensables. Más bien, los propulsores insistieron en que el campesino debía analizar sus propios patrones de dependencia, autoritarismo y paternalismo, heredados de los sistemas de explotación tradicionales del pasado, pero que seguían vigentes a pesar de la revolución del 19 de julio de 1979. Junto con los resultados del censo, este autoanálisis histórico y social ofreció una excelente oportunidad a la comunidad de analizarse a sí misma. Era la primera vez que los pobladores hacían esto, y de esta manera, su historia "adquirió una cara propia", en un proceso similar al que había ocurrido entre los Otomis de El Mezquital (México). Así, el proceso de cambio en El Regadío se volvió más dinámico y la gente pudo asumir las nuevas tareas para su propio desarrollo más eficaz y confiadamente.

Si no se hubiese roto con las antiguas costumbres de sumisión y dependencia en El Regadío, el censo comunitario habría fallado porque los entrevistados hubieran respondido falsamente. La resistencia y la sospecha desaparecieron cuando vieron que los entrevistadores mismos eran de la comunidad y que fueron entrenados *in situ* por los propulsores (utilizando "sociodramas" entre otras técnicas), con lo que se estableció una relación de sujeto a sujeto. La Comisión concluyó acertadamente que: «Si hubiera venido gente de otro lado a hacerla, la investigación habría fallado, porque hay gente aquí que cree que la mayoría de extraños viene sólo para robar».

En el caso de Nicaragua no hubo dificultad en entrenar a los cuadros y entrevistadores comunitarios en el uso de *métodos simples* para registrar, contar, sistematizar y analizar los datos. Así, el concepto de "investigación" se desmitificó. Ya no fue vista como algo mágico o difícil, como si fuera del dominio exclusivo de "especialistas" y "académicos". La desmitificación de la investigación y su sustitución con un análisis de sujeto a sujeto también se dio en Puerto Tejada (Colombia) al examinar las condiciones de vivienda de los pobres. Este proceso fortaleció la confianza de las comunidades para avanzar con la tarea de defender sus reclamaciones. Sin embargo, había que tener cuidado de que los cuadros recientemente entrenados no adoptasen actitudes de superioridad y explotación y se permitieran ocupar un papel central, como suele pasar en los partidos tradicionales, incluso los de izquierda, sino todo lo contrario. Había resistencia por parte de los grupos locales a "fundar un partido", cosa que habían visto fracasar tantas veces en las capitales regionales debido a las decisiones de intelectuales distanciados de las bases. Cualquier posibilidad de un partido era

vista más como el resultado del proceso y el trabajo con las bases que una guía que impondría cómo llevar a cabo las tareas en cuestión.

El apoyo a los métodos organizativos e interactivos de la IAP —los canales para el poder popular antagónico— también puede alcanzar el nivel internacional. De hecho, ya existen instituciones de apoyo para este tipo de trabajo en varias capitales mundiales importantes que están respondiendo a este reto especial (y tal vez inesperado) del Tercer Mundo. Son organizaciones no gubernamentales, fundaciones privadas, congregaciones solidarias, entidades religiosas, y organismos progresistas de las Naciones Unidas, cuyo apoyo positivo exige a los investigadores participativos preservar la frescura de la aproximación de la IAP como un aporte original de la periferia mundial.

Más aún, muchos escritores y pensadores de los países dominantes también están respondiendo a la necesidad de entender estas nuevas tendencias intelectuales y políticas que provienen de la periferia, y de armonizarlas con sus propios esquemas de explicación y acción. Por ejemplo, las contribuciones de trabajos sobre la teoría económica histórica (Feder 1976, Frank 1978, Barraclough 1982); las contracorrientes en las ciencias (Capra 1983, Berman 1981, Nowotny 1978); el nuevo énfasis en los procesos políticos a partir de las bases (Gran 1983, Wolfe 1981, Pitt 1976, Galtung 1980, Castells 1985); la epistemología crítica (Oquist 1978, Moser 1982); la hermenéutica aplicada (Himmelstrand 1978); la educación radical para adultos (Hall 1977, de Schutter 1981, Swantz 1980); las ciencias sociales orientadas a la solución de problemas (Pearse 1980, Taussig 1986, Comstock 1982, Goulet 1977); y, el trabajo convergente sobre la intervención y la acción social (Touraine 1978) y sobre los sistemas mundiales versus las teorías de la dependencia (Wallerstein 1979, Seers 1981).

Frente a la crisis científica, política y moral que enfrenta el mundo hoy en día, tal vez nos hemos estado acercando, cada uno en su propia forma, hacia la expresión de un nuevo tipo de discurso sociopolítico basado en conceptos revalorizados como la participación, la endogénesis, la regionalidad y el poder. Éstos reemplazarían y suplantarían los conceptos vigentes de desarrollo, subdesarrollo, desarrollo rural integrado, nacionalidad y crecimiento *per se*, es decir, los conceptos que han dominado la literatura mundial por lo menos desde 1949, apoyando las perspectivas de los países ricos, y que ahora están en crisis.

Técnicas para el conocimiento y el poder

La segunda lección —que propone las experiencias de aprender a conocer y reconocernos como un medio para crear el poder popular— tiene una base certera y fenomenológica.

Empieza con la tesis de que la ciencia no es un fetiche con vida propia o algo que tiene un valor absoluto. Tal como se ha demostrado ampliamente, la ciencia es un producto cultural con objetivos humanos específicos, en el que están presentes de manera implícita los prejuicios de clase y valores que tienen los científicos como grupo. Por lo tanto, favorece a los que lo producen y controlan, aunque su desarrollo institucionalizado actual puede en realidad estar entrando en una etapa que amenaza a la humanidad entera. Por ello, en teoría es posible concebir formas alternativas de ciencia, tal como una ciencia popular, que existe como un proceso endógeno. La ciencia popular se podría construir formalmente en sus propios términos, y tal vez podría servir como un correctivo a ciertas tendencias destructivas en las formas inhumanas predominantes de la ciencia. El conocimiento que se adquiera de esta manera, debidamente sistematizado, podría servir a los intereses de las clases explotadas. Esta ciencia popular podría combinarse con la llamada "ciencia universal" académica al punto de crear un paradigma totalizante que incorpore el conocimiento sistematizado recientemente adquirido.

En estas condiciones, es evidente que *las formas y las relaciones de la producción del conocimiento* deben tener tanto o más valor que las formas y relaciones de la producción material. Tal como señaló Anisur Rahman (1985), la culminación de los patrones de explotación a nivel material o de la infraestructura de una sociedad no asegura por sí misma que el sistema general de explotación se ha destruido o que la pobreza, la ignorancia o la injusticia se han superado. Se vuelve necesario eliminar también la relación que rige la producción del conocimiento, siendo una producción que tiende a dar apoyo ideológico a la injusticia, la opresión y las fuerzas destructivas que caracterizan al mundo moderno. Sólo así se puede entender plenamente el axioma clásico de Bacon: «El conocimiento es poder»; y cuando las clases explotadas adquieran ese nivel de entendimiento como para dar un paso decisivo no sólo hacia su propia "liberación", sino hacia la de las demás clases sociales amenazadas de destrucción global.

Este proceso creativo de creación de conocimiento responsable, inclusivo y útil no toma como punto de inserción el método pedagógico sugerido por los primeros tratados de Freire, sino una investigación dialógica que se orienta a la situación social en la que vive la gente. Por ello, empieza con la pregunta «¿Por qué hay pobreza?», cuya respuesta podría llevar simultáneamente a una mayor conciencia, más investigación social y a la acción política.

En tales casos, las bases y sus cuadros idealmente deberían poder participar en el proceso de investigación desde sus inicios, es decir, desde el momento en que se decide cuál será el tema de la investigación. Deberían seguir participando en cada paso del proceso hasta que la publicación de los resultados y las diversas formas de devolver el conocimiento a las personas se hayan llevado a cabo.

Tal como se ha hecho en la práctica, esta tarea participativa da prioridad a un análisis cualitativo y no cuantitativo, sin perder de vista la importancia de los esquemas científicos explicativos sobre las causas y los efectos. En este ámbito, las investigaciones participativas se han enfrentado a la problemática de utilizar una lógica afectiva, en la que influyen los sentimientos, en vez de una lógica dialéctica con análisis insensibles. Hemos seguido la máxima de Pascal como regla: «El corazón tiene razones que la razón desconoce», así como el ideal de William Bateson de que el trabajo científico puede alcanzar su punto más alto cuando aspira a ser arte (Berman 1981). Si la emoción y la razón tienen sus propios algoritmos precisos, su descubrimiento no está más allá de los esfuerzos humanos, tal como se ha hecho con la lógica musical por ejemplo, y los literatos y estetas que han podido "pensar el corazón" (Hofmannsthal, Gide, Mann), siendo reconocido como una posibilidad para la ciencia (y practicada) por Einstein, Russell y Whitehead (*Principia Mathematica*), entre otros.

Teniendo estos objetivos generales en mente, encontramos que nuestras experiencias en México, Nicaragua y Colombia indicaron que las siguientes *técnicas* que resultan de la práctica de la IAP son útiles para la creación del poder popular antagónico y para asistir a la educación para adultos.

1. *Investigación colectiva*. Es el uso sistemático de la información recolectada y sistematizada grupalmente como fuente de información y conocimiento objetivo de datos que provienen de reuniones, sociodramas, asambleas públicas, comités, misiones de reconocimiento, etc. Este método colectivo y dialógico no sólo produce datos que pueden ser corregidos o verificados inmediatamente, sino una validación social del conocimiento objetivo que no se puede lograr por medio de métodos individuales basados en encuestas o trabajo de campo. De esta manera, se obtiene la confirmación del valor positivo del diálogo, el debate, la argumentación y el consenso en la investigación objetiva de las realidades sociales.

Presentaremos a continuación algunos ejemplos de esta técnica.

Las asambleas populares en Puerto Tejada se celebraron por lo menos veinte veces. Se volvieron una especie de foro popular donde las personas descubrían su historia y a sí mismos. Tal reconocimiento colectivo tuvo varias modalidades: 1) los individuos como personas activas y pensantes; 2) el pasado en relación al presente; 3) la legitimidad de la lucha por destruir los valores burgueses de crimen y pecado; 4) las causas de la injusticia y la explotación y la identificación de los responsables; 5) la capacidad de la gente de decidir, actuar y transformarse colectivamente.

Las asambleas se volvieron una especie de "juicio público" en el que la gente actuaba como juez, y se deliberaba sobre los motivos de la injusticia. Las pruebas se presentaban a las asambleas como testimonios, documentos y opiniones técnicas de expertos amigables, etc. Sobre la base de estas pruebas se acusó a los azucareros y se les ordenó devolver las tierras que habían tomado abusivamente. De esta manera dinámica, la gente de Puerto Tejada se apropió de un rito burgués conocido y le dio otro sentido y contenido.

La combinación de estudio y práctica, al hacerse de esta manera colectiva y dialógica, implica la idea de un servicio a la comunidad. Es un conocimiento altruista. Por ello, en El Mezquital, los pobladores esperaban que los investigadores externos "les mostrarían cómo se podía aplicar su entrenamiento a los problemas de la vida real". Esta expectativa estaba estrechamente vinculada a la tradición indígena comunitaria. De esta manera, la periodicidad de las reuniones aumentó; se crearon botiquines de primeros auxilios, molinos de maíz y cocinas comunitarias; se repararon muros defectuosos; se puso techo a los edificios y se sembraron pinos en los patios de las escuelas.

Se vieron los mismos efectos, a otro nivel, en las reuniones de "socialización de los datos del censo" que se llevaron a cabo en El Regadío. A través de los comentarios y el análisis hechos en estas reuniones, la gente no sólo llenó los vacíos (se conocían entre ellos bastante bien) sino que también le dieron sentido a la información recolectada, de manera que se podían planear los pasos a seguir para el desarrollo económico y político de esa región (véase Fals Borda 1985 para detalles sobre este proceso).

El trabajo final sobre la historia local de El Cerrico (Colombia) fue otra experiencia colectiva que era indispensable para finalizar el proyecto debidamente. Todos los pobladores fueron convocados a oír la primera versión del texto. Fue de allí —con las respuestas y correcciones de la gente— que surgió el texto final, ordenado y pulido, y luego se mandó a imprimir como parte de la experiencia local con la IAP.

2. *La recuperación crítica de la historia*. Éste es un esfuerzo por descubrir, selectivamente y a través de la memoria colectiva, los elementos del pasado que han demostrado ser útiles para defender los intereses de las clases explotadas, y pueden ser aplicados a las luchas actuales para aumentar la conciencia. Se usa la tradición oral por medio de entrevistas y testimonios de miembros mayores de la comunidad con buena memoria analítica; búsquedas de información concreta sobre ciertos periodos del pasado que se guardan en los cofres familiares; pilares de datos y cuentos populares; proyecciones ideológicas, imputación, personificación y otras técnicas diseñadas para estimular la memoria colectiva. De esta manera, se descubrieron héroes, datos y hechos folclóricos que corrigieron, complementaron o explicaron las versiones oficiales o académicas que fueron escritas a partir de otros intereses de clase o sesgos. También se descubrió información completamente nueva y fresca que era de gran importancia para la historia regional y nacional, todo ello con el fin de apoyar el poder popular.

En el caso de Puerto Tejada, los resultados históricos pertinentes se hicieron evidentes rápidamente.

Durante los primeros intentos de remembranza crítica durante el foro comunitario, resurgió un ideal de libertad que se remontaba a los tiempos de los valientes esclavos negros fugitivos que colonizaron la región contigua de La Perezosa sobre el río Palo. Fue una memoria que había sido reprimida por la posterior explotación impuesta cuando los blancos fundaron sus fincas ganaderas y las extendieron por medio de la violencia, destruyendo las aldeas de negros libres que habían prosperado en la región.

Pero la sensación de libertad que había caracterizado a las antiguas aldeas de Palo resurgió en formas inesperadas durante el foro. Fue como si se hubiese activado repentinamente un volcán dormido. Algunos ancianos recordaron las vidas de auténticos héroes de la región, como Crucito (un Robin Hood local), Fidel y José Ignacio Mina (Sinecio), Sixto y Ciro Biáfara, y Natanael Díaz. Fueron guerreros excepcionales que habían luchado desde inicios del presente siglo con sus grupos de negros por la posesión de las tierras que los terratenientes aún les querían arrebatar. ¡Eran hombres reales que sabían valorar su libertad! En comparación, la situación actual de la vida en el pueblo era odiosa e incomprensible. La memoria crítica colectiva exigía que se haga algo más concreto para corregir la injusticia, porque si sus abuelos habían podido luchar contra los "blancos" con relativo éxito, ¿por qué no iban a poder ellos también? Así, la historia adquirió otro sentido desde estos nuevos atisbos de verdad y poder. Es decir, no sólo se podían recordar los hechos, sino que se podían convertir en un catalizador de una mejor vida para la comunidad.

El asentamiento libre de los antiguos esclavos resurgió del pasado y se volvió un ideal de libertad para todo el norte del Cauca. Pero eso no fue todo. Dado que el cacao había sido el principal producto para el comercio y la subsistencia económica en ese periodo heroico, la planta se convirtió en el símbolo local de la libertad. Al mismo tiempo, su contrasímbolo histórico surgió claramente en oposición dialéctica: el azúcar era el símbolo del mal, representado por los terratenientes que destruían la forma de vida tradicional al apoderarse de las tierras de los campesinos.

Igualmente, Don Silvestre en El Cerrito (Colombia), junto con otros ancianos, se volvió una de las pocas fuentes de datos históricos certeros sobre la región. Sus historias inimitables explicaron cómo se fundó la aldea sobre las orillas de una laguna, con derechos legalmente reconocidos a usar las llanuras fértiles en los que crecían cultivos básicos. La ley protegía a los campesinos formalmente, pero esto fue constantemente ignorado por los terratenientes poderosos de Córdoba que buscaban aumentar sus rebaños de manera egoísta. Ellos querían el mismo territorio que los campesinos.

La lucha había comenzado décadas atrás, hacia fines del siglo pasado y comienzos del actual. El nuevo caserío de El Cerrito tampoco se salvó de sus chispas. Era una historia que había sido olvidada y enterrada hasta 1972, cuando se llevó a cabo una investigación participativa con el movimiento campesino, para aquel entonces poderoso. Algunos de los héroes y heroínas que habían defendido los intereses de las clases obreras en los años veinte felizmente aún estaban vivos: Juana Julia Guzmán, entre otros ahora viejos, pobres y enfermos. Ella había trabajado lado a lado desde 1918 con Vicente Adamo, un obrero italiano inmigrante que organizó la primera lucha obrera en Montería y los distritos aledaños.

Juana Julia era la clave del conocimiento histórico desaprovechado sobre esos años. Ella no lo había querido compartir con los políticos locales conservadores ni liberales que constantemente le instaban a que contara su historia. Ella sólo cedió cuando vio que su propia clase había resurgido en el movimiento campesino que la inspiró en su juventud, y ella misma participó en el nuevo movimiento, asistiendo junto con los demás a las reuniones y asambleas campesinas, en las que su presencia era como ver la historia en carne y hueso. En esas circunstancias especiales, sus palabras tenían la magia adicional de

la experiencia real y el peso del experimento emocionante que había vencido a los terratenientes de la costa por primera vez. Asimismo, se puede decir que el redescubrimiento de Juana Julia (y otras figuras contemporáneas) fue uno de los factores ideológicos que más estimularon la lucha por la tierra entre 1970 y 1976 en Córdoba. La posesión legal por el pueblo de los pantanos y las lagunas finalmente se estableció en El Cerrito a través de la presión que ejercieron los campesinos sobre el Instituto Colombiano de Reforma Agraria (INCORA).

Otra ventaja que se obtuvo de la "recuperación" de Juana Julia Guzmán fue que también abrió los cofres en los que guardaba los recuerdos materiales de sus luchas del pasado. A pesar de los estragos del tiempo y la humedad, éstos contenían los primeros tesoros de un auténtico museo popular, como las cintas de brazo de seda con los "tres ochos" (un anhelo socialista de la época), fotografías de Adamo, de la Casa de Obreros de Montería, del primer hospital público y de miembros de los primeros sindicatos organizados. Eran elementos indispensables (los llamamos "pilares de datos") para entender el pasado, los antecedentes de la lucha que actualmente está en manos de los nietos de los que figuran en esos antiguos documentos amarillentos o en las fotografías descoloridas de una época recuperada de estos cofres familiares.

Toda esta actividad sistemática de investigación que se llevó a cabo en colaboración con los pobladores locales —los pilares de datos, la recuperación de figuras y héroes populares, las proyecciones ideológicas, imputaciones y personificaciones— se dio fuera de las instituciones académicas. Los historiadores oficiales y académicos ignoraban por completo la existencia de Vicente Adamo y las organizaciones obreras socialistas de los años veinte. Sin embargo, este corrector popular de la historia oficial la completó e ilustró de manera crítica, para que estuviera al servicio de los pobres y ellos también pudiesen adquirir una identidad respetable y un ego colectivo a través del reconocimiento de sus tradiciones y su propia historia. El ideal de la IAP de abrir nuevas perspectivas ideológicas y científicas de origen popular en la costa atlántica de Colombia se cumplió. Lo mismo sucedió en México y Nicaragua.

3. *Valorar y aplicar la cultura popular*. Con el fin de movilizar a las masas, esta técnica se basa en el reconocimiento de los valores esenciales o nucleares de la gente de cada región. Esto permite tomar en cuenta los elementos culturales y étnicos que frecuentemente se ignoran en la práctica política común, tales como el arte, la música, el teatro, los deportes, las creencias, los mitos, los cuentos y otras expresiones relacionadas al sentir humano, la imaginación y las tendencias lúdicas o recreativas.

Dos grupos sociales se distinguen en Nicaragua por su dedicación entusiasta y fiel a las iniciativas revolucionarias: las mujeres y los profesores jóvenes, es decir, gente joven con un nivel mínimo de educación, que se han alfabetizado recientemente. Eso es comprensible. Son algunas de las víctimas más perseguidas de los sistemas económicos y sociales predominantes en la mayor parte del mundo, quienes encuentran en la aventura revolucionaria una salida auténtica para su creatividad hasta entonces frustrada por la injusticia, la explotación y los prejuicios.

En El Regadío las mujeres eran consideradas muñecas, que servían para preparar tortillas y cocinar frijoles. Casi nadie reconocía su importante función como "cimientos" de la sociedad, aunque eran el centro y, en muchos casos, el soporte principal de sus familias. Sin embargo, con la revolución las mujeres descubrieron, en los Comités Educativos Populares (CEP), una manera de salir de la casa y la cocina, y de romper con su rutina y organizarse para defender sus intereses. Comenzaron a hablar sobre cosas menos triviales y a buscar formas de superar la pobreza. Su tarea era transformar los CEP en algo más productivo, como una clase de costura provechosa por ejemplo, y juntar los fondos para adquirir una máquina de coser para toda la comuni-

dad. Este tipo de debates terminaban en discusiones "subversivas", como el tema del machismo en las fiestas públicas. ¿Por qué los hombres casados y no las mujeres casadas podían asistir solos a estas fiestas? A partir de esta aproximación dinámica y crítica a este tipo de doble moral, las mujeres campesinas nicaragüenses se volvieron el motor del cambio social y revolucionario, y demostraron un activismo casi monopólico en los nuevos procesos.

Por su parte, los nicaragüenses jóvenes recientemente alfabetizados experimentaron una exaltación espiritual que los ha vuelto más altruistas que antes. Se dedican a las campañas educativas de "cuerpo y alma". Para ellos no hay cronogramas fijos ni deberes familiares. Su espíritu de sacrificio es absoluto y son la fuerza motor de la revolución. A veces se ven expuestos a la tentación de hacer que los alumnos los consideren autoridades, que sientan el peso de sus conocimientos recientemente adquiridos, y así se vuelven un tanto prepotentes.

Sin embargo, con eso sólo están imitando los modelos educativos opresivos que han conocido en las escuelas locales. En esos casos no han logrado romper con el binomio sujeto/objeto y prefieren intimidar a los alumnos adultos que no pueden entender qué es el acento dactílico. Pero la imaginación los puede socorrer rápidamente, y pueden recurrir a las experiencias compartidas. Así pueden explicar que el acento dactílico en cualquier palabra es como una jugada triple en el béisbol. Cualquiera puede entender eso y pasar a la siguiente lección.

A través de esos *sentimientos* es posible entender las fuerzas fundamentales de la cultura y los símbolos de las personas. Son una especie de lógica afectiva. En Puerto Tejada, cuando Ño Didacio habló de los orígenes históricos de los recintos de esclavos fugitivos en el río Palo, expresó la misma idea: «La cultura negra no sólo es una cultura de evocación; no es una cuestión de memoria, sino de sentimientos». Sus sentimientos lo llevaron a revivir la antigua "danza de los cuchillos", una expresión folclórica medio muerta, cuyo significado sólo se pudo recaptar en el contexto movilizador del Movimiento Cívico Popular del Norte del Cauca, que se enfrentó a los jefes municipales. A través de la importancia que asignó a la cultura local, el movimiento logró los mayores beneficios políticos de su corta trayectoria. Había logrado darle una voz al alma de las personas.

Otra expresión popular recreativa importante que se puede recuperar para la acción a través de la investigación, por lo menos en la gente de la costa de Colombia, es la *narración de cuentos*: cuentos, leyendas, parábolas, fábulas, anécdotas, acertijos y juegos de palabras. Incluso los chismes refinados, en tanto son vistos como información, pueden ser útiles como medio para la movilización positiva. Todos estos elementos de la cultura oral pueden ser explotados como un idioma político nuevo y dinámico, que pertenece a las personas, tal como vimos en El Cerrito y Puerto Tejada, especialmente las formas que ya contienen una intención implícita de protesta. Ése es el caso, por ejemplo, del conocido cuento del "Tío Tigre y el tío Conejo", que narra el descaro y las habilidades de un animalito indefenso (el campesino), que se enfrenta a una bestia peligrosa (el jefe) y demuestra un fuerte sentido de resistencia latente contra las injusticias que caracterizan la relación de producción. En la costa de Colombia (así como en otras regiones), la narración de cuentos y otras expresiones de la tradición oral son algunas de las formas más eficaces de mantener vivos los valores fundamentales y la cultura. La narración se rehúsa a morir, porque si lo hiciera, los campesinos morirían con ella.

Estos procesos culturales que operan en el núcleo de la comunidad son una fuerza activa que permite que el conocimiento de la gente se fermente en un gran caldero o crisol y, de esa manera, que se acumulen los increíbles recursos de resistencia que caracterizan a las luchas populares en los tres países.

Los sentimientos, la imaginación y el sentido lúdico aparentemente son fuentes inagotables de fuerza y resistencia en las personas. Estos tres elementos tienen una base común que no puede ser ignorada en la lucha por promover la movilización y el poder popular en nuestros países: las creencias religiosas. A continuación algunos ejemplos.

La muerte de un niño durante la invasión de las plantaciones de azúcar en las afueras de Puerto Tejada, y la valentía de su madre, junto con las prácticas y creencias implícitas durante la ceremonia funeraria, fueron eventos que frenaron al ejército cuando los soldados intentaron ocupar y quemar las chozas del nuevo distrito. El espectro del "pequeño ángel" muerto y el ritmo hipnótico del *alabao* (música ritual), fue lo que hizo que las tropas respetaran la invasión, más que la presencia de la bandera nacional que había sido izada.

Un brujo agregó su poder secreto a la lucha contra el terrateniente que no quería entregar su exceso de tierras a los campesinos de Córdoba. El servicio del brujo debe haber sido eficaz, considerando que finalmente se tuvo éxito, y su apoyo tuvo un efecto moral y psicológico importante entre las masas populares. Otro brujo aún está siendo consultado en Villapaz, a poca distancia de Puerto Tejada, para ver si el curso de un río puede ser cambiado para recuperar tierras públicas y evitar las inundaciones, que son los objetivos de un movimiento local cívico nuevo.

Algo similar se puede decir respecto de las prácticas de protección de la salud que se basan en el conocimiento de los curanderos y herbolarios de las comunidades campesinas en los tres países. Estas son prácticas de clasificación serias y sistemáticas, tal como se puede ver en Ixmiquilpan y otros asentamientos Otomi en el valle de El Mezquital. Tales iniciativas de revaloración han tenido un efecto extraordinario en la conducta de los campesinos Otomi y en sus campañas para defender su herencia económica y cultural. Se puede decir lo mismo de San Agustín Atenango (México), donde el "doctor" de la comunidad, proveedor del conocimiento científico empírico que él sostiene que es *Tata Yiva*, o "el señor de los poderes", es el protector de los valores fundamentales de su antigua comunidad.

Todo esto y mucho más puede y debe ser examinado y mejor comprendido con el fin de instaurar la acción antagónica. Si la cultura y los valores básicos de los campesinos se explotan selectivamente para la lucha popular, y si la alienación negativa se restringe debidamente, se creará una fuerza invencible. Ésta llevará a la instauración de un poder popular auténtico y profundamente arraigado, basado en la imaginación y los sentimientos, capaz de transformar las estructuras injustas de una sociedad dominante.

4. *Producción y difusión de nuevos conocimientos.* Esta técnica es una parte integral del proceso de investigación, porque es central al objetivo de retroalimentación y evaluación de la IAP. Reconoce una división del trabajo entre y dentro de los grupos de base. Aunque la IAP busca terminar con el monopolio de la palabra escrita (que, por lo general, es un fenómeno elitista), incorpora varios estilos y procedimientos para sistematizar nuevos datos y conocimiento según el grado de conciencia política y habilidad de los grupos de base y el público en general de entender los mensajes escritos, orales y visuales.

Se establecen cuatro niveles de comunicación, en función de a quiénes se dirige el mensaje y el conocimiento sistematizado: a analfabetos, a los cuadros o a intelectuales. Se requiere que un buen investigador de IAP aprenda a abordar los cuatro niveles con el mismo mensaje en los distintos estilos que se requieren para su comunicación escrita, auditiva o visual de la idea o mensaje sea realmente eficaz. Sin embargo, la necesidad de articular conceptos y teoría abstracta se limita al nivel cuatro. Esto conlleva el peligro de que los intelectuales mantengan su monopolio y dominación tradicional a no ser que realmente se integren con las personas y reconoz-

can su genuino compromiso con los grupos de base y sus luchas.

Otras formas eficaces de comunicación basadas en un lenguaje "total" o intencional incluyen el uso de imágenes, sonido, pintura, gestos, mimo, fotografía, programas de radio, teatro popular, vídeo, material audiovisual, poesía, música, títeres y exhibiciones y, finalmente, las formas materiales de organización y acción económica y social por parte de los grupos de base, tales como la organización de cooperativas, sindicatos, coaliciones, centros culturales, unidades de acción, talleres, centros de capacitación, etc., como resultado de estudios pertinentes que se hayan realizado.

Hay una obligación de devolver sistemáticamente este conocimiento a las comunidades y organizaciones de obreros, porque ellas siguen siendo sus dueños. Pueden definir las prioridades para sus usos y autorizar y establecer las condiciones para su publicación y difusión.

Esta devolución sistemática del conocimiento cumple con el objetivo de Gramsci de transformar el "sentido común" en "buen sentido" o conocimiento crítico (la "ciencia revolucionaria" como nuevo paradigma), que sería la suma del conocimiento práctico y teórico. Por ello, trasciende al principio de Mao Tse-Tung «de las masas para las masas» en el sentido de que reconoce la capacidad de las masas de sistematizar los datos que se descubren, es decir, de participar plenamente en todo el proceso, con sus propios intelectuales orgánicos, de comienzo a fin.

Para que estas iniciativas prosperen se requiere un código compartido de comunicación entre los elementos internos y los agentes de cambio externos, que lleve a una conceptualización y categorización común y mutuamente comprensible. El resultante lenguaje sencillo y comprensible se debe basar en expresiones cotidianas intencionales y asequibles para todos, y evitar los aires de arrogancia y el argot técnico que se desprenden de las prácticas académicas y políticas usuales, incluidos los elementos del actual (y cada vez más desacreditado) discurso del desarrollo.

Estas técnicas de la IAP no excluyen un uso flexible de otras prácticas provenientes de la tradición sociológica o antropológica, tales como la entrevista abierta (si se evita cualquier estructura excesivamente rígida), el censo o la encuesta sencilla (excepcionalmente con cuestionarios por correo), observación directa sistemática (con participación personal y experimentos selectos), diarios de campo, catalogación de datos, fotografía, cartografía, estadística, grabaciones de audio, fuentes materiales primarias y secundarias, y los archivos notariales, regionales y nacionales. Los cuadros ("recursos personales") no sólo deben estar preparados para manejar estas técnicas ortodoxas responsablemente, sino también para saber cómo popularizarlas enseñándoles a los activistas métodos de investigación más sencillos, económicos y controlables para que puedan llevar su trabajo a cabo sin depender de intelectuales o agentes externos de cambio y sus equipos y procedimientos costosos.

Por lo tanto, con todos estos métodos y técnicas, el avance y transformación de las personas oprimidas puede ser posible en varias disciplinas aplicadas: en la educación para adultos, en la acción política y cívica, en el avance socioeconómico y en otros tipos de trabajo de campo. Otras experiencias actuales están enriqueciendo esta aproximación y desafiando los enfoques académicos no comprometidos en las instituciones establecidas. De esta manera, la IAP puede contribuir a construir un mundo mejor para todos, con paz y justicia.

Notas

1 Basado en el trabajo de campo auspiciado por el Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID) de Canadá, la OIT (Ginebra) y la Fundación Punta de Lanza (Bogotá), 1980-86. Los colaboradores incluyeron a Malena de Montis, Alvaro Velasco, John Jairo Cárdenas, Félix Cadena, Víctor Negrete, José Galeano, Salvador García y Bertha Barragán.

Bibliografía citada

Barraclough, Solon (1982). *A Preliminary Analysis of the Nicaraguan Food System*. Geneva, UNRISD.

Berman, M. (1981). *The Reenchantment of the World*. Ithaca, Cornell University Press.

Capra, F. (1983). *The Turning Point*. New York, Bantam.

Castells, M. (1985). "Urban Problems and Social Change" en Fals Borda, O. (ed.) *The Challenge of Social Change*. London, Sage.

Comstock, D. E. (1982). "Participatory Research As Critical Theory: The North Bonneville, USA Experience". Ponencia presentada en Evergreen State College, Olympia, Washington.

Fals Borda, O. (1979-1986). *Historia doble de la costa* 1-4. Bogotá, Carlos Valencia Editores.

Fals Borda, O. (1985). *Conocimiento y poder popular: Lecciones con campesinos de Nicaragua, Colombia y México*. Madrid/México D. F., Siglo XXI Editores.

Feder, E. (1976). *Strawberry Imperialism*. The Hague, Institute of Social Studies.

Frank, A. G. (1978). *Dependent Accumulation And Underdevelopment*. London, Macmillan.

Galtung, J. (1980). *Self-reliance: A New Development Strategy?* London, Bogle-L'Ouverture.

Goulet, D. (1977). *The Uncertain Promise*. New York, IDOC.

Gran, G. (1983). *Development by People*. New York, Praeger.

Hall, B. y Gillette, A. (1977). *Participatory Research*. Toronto, International Council for Adult Education.

Himmeltrand, U. (1978). "Action Research and Applied Social Science" en Punta de Lanza (ed.) *Crítica y política en ciencias sociales* 1. Bogotá, Punta de Lanza.

Moser, H. (1982). The Participatory Research Approach on Village Level. Trabajo no publicado. Münster, Universidad de Münster.

Nowotny, H. (1978). *Counter-currents in the sciences*. Dordrecht, Mouton.

Oquist, P. (1978). "The Epistemology of Action-Research" en *Development dialogue*, 4.

Pearse, A. y Stiefel, M. (1980). *Inquiry Into Participation: A Research Approach*. Geneva, UNRISD.

Pitt, D. (1976). *Development From Below*. The Hague, Mouton.

Rahman, Md. A. (1985). "The Theory and Practice of Participatory Action Research" en Fals Borda, O. (ed.) *The Challenge of Social Change*. London, Sage.

Seers, D. (1981). *Dependency Theory: A Reassessment*. London, Frances Printer.

Schutter, A. de (1981). *Investigación participativa: una opción metodológica*. Pátzcuaro, CREFAL.

Swantz, M. L. (1980). *Rejoinder to Research: Methodology and the Participatory Research Approach*. Dar-es-Salaam, Ministerio de Cultura y Juventud Nacional.

Taussig, M. (1986). *Shamanism, Colonialism and The Wild man*. Chicago, University of Chicago Press.

Touraine, A. (1978). *La voix et le regard*. Paris, Seuil.

Wallerstein, I. (1979). *The Capitalist World Economy*. Cambridge, Cambridge University Press.

Wolfe, M. (1981). *Elusive Development*. Geneva, UNRISD.

Fals Borda Orlando (1987). "The Application of Participatory Action Research in Latin America" en *SAGE, International Sociology*, Vol. 2, Nº 4, December. Reproducción autorizada por el autor.

Los términos de la negociación

Extracto de *Interacciones culturales y formas descentralizadas de comunicación*

Alfonso Gumucio Dagron

La defensa extrema de lo "tradicional" no debe estar en la esencia de la cultura popular porque entonces podría constituirse en su propio límite, según la expresión de Néstor García Canclini. Esa reflexión toca el meollo del problema al distinguir una tendencia *conservadora* y otra *relativista* en el debate sobre las culturas populares y la interacción.

El malentendido surge entre los conservadores a partir de una cierta idea antropológica preconcebida, que rechaza cualquier forma de interacción cultural, en el supuesto de que es posible, incluso en un mundo marcado por la tecnología dominante, mantener la cultura popular lejos de todo contacto, como bajo una campana de vidrio. Esta posición pone en evidencia cierta incomprensión del problema en la medida en que lo que hoy conocemos como "culturas tradicionales", es el resultado de un proceso permanente de interacción cultural. En Perú, por ejemplo, una de las manifestaciones más características en la región andina es la "danza de las tijeras", un ritual donde el símbolo es un par de tijeras, objeto desconocido antes de la llegada de los españoles. Bajo una campana de vidrio, las culturas populares se asfixian rápidamente, por falta de oxígeno.

La preservación de las raíces tradicionales, si bien es un elemento de defensa de primera importancia para la afirmación de las culturas originarias, no debe sin embargo concebirse desde una óptica conservadora. "Preservar" significa revitalizar en la perspectiva del fortalecimiento de la identidad cultural, a condición de subrayar el aspecto ideológico de las expresiones y no solamente sus características formales.

La mitificación del pueblo como actor y generador de lo "popular" puede constituir una limitación en la reflexión. Lo que importa es reconocer, en ese pueblo y en su pluralidad, la legitimidad de su capacidad de decidir y de escoger su propio desarrollo cultural, legitimidad que no existe al margen de un espacio crítico de resistencia.

En el otro extremo de la posición conservadora encontramos aquella que tiende a revitalizar el análisis de los procesos de interacción cultural pretendiendo que deben transcurrir "normalmente" inmersos en la corriente de la evolución social. Esto sugiere que el proceso de negociación resulta de una operación de *consenso* entre las partes que interactúan. Esta posición no excluye el hecho de que la cultura popular sea el *resultado conflictivo de la interacción*, pero supone que el conflicto será resuelto por un intercambio: mis magníficas plumas de ave a cambio de tu espejo. En la realidad, el intercambio suele ser muy poco equilibrado.

La idea del consenso es interesante porque supone el rechazo de los conceptos paternalistas según los cuales se establece una aceptación pasiva de una de las partes implicadas en la transacción. Revela, sin embargo, una visión estática de la historia puesto que no toma en cuenta el hecho de que el proceso de interacción es mucho menos equilibrado desde que los medios masivos de difusión ocupan un lugar tan prominente en el espacio público. Es más, si por casualidad no ocuparan todavía ese lugar —como es el caso, en alguna medida, en Bolivia, donde la influencia de la televisión es mínima— no debemos perder de vista que la tendencia en ese sentido es irreversible.

En el proceso de interacción cultural en América Latina, uno de los interlocutores ha estado perdiendo, de manera sostenida, el espacio en disputa, y lo pierde de una manera contundente. El único consenso posible en esas condiciones es aceptar la derrota. Pero en términos de cultura popular las derrotas no se asumen realmente, aunque se acepten. La confusión generada por una negociación perdida pone en peligro la superestructura que garantiza el proceso de regeneración y de revitalización.

Algunos investigadores subestiman el papel de las nuevas tecnologías, cada vez más sofisticadas, en la comunicación de masas. Sin embargo, las nuevas tecnologías tienden a convertir a los países de América Latina en consumidores cada vez más numerosos de una cultura masificadora, en detrimento de su capacidad de producir sus propios bienes culturales. En principio los consumidores no son sujetos inertes o pasivos, pero un análisis somero de las dos décadas pasadas demuestra que el proyecto hegemónico transnacional tiende a despojarlos de instrumentos críticos, en beneficio de una *fusión* cultural que deriva fácilmente en confusión.

Las nuevas tecnologías de la información, cada vez más alejadas de las posibilidades de control de los pueblos latinoamericanos, determinan las nuevas condiciones de la interacción: desigualdad en progresión geométrica como resultado de las acciones hegemónicas transnacionales.

En el tejido complejo de la cultura popular de América Latina las *cicatrices* parecen más el resultado de una guerra que de una transacción cultural, o por lo menos indican que las fronteras del espacio en disputa se han encogido. Los alcances del *breakdance* o de *Dallas* son visibles, aunque no sea sencillo distinguir las modificaciones en el carnaval de Oruro o en la samba brasileña, para mencionar solamente dos manifestaciones muy apreciadas.

Otro hecho que se debe tomar en cuenta: el proyecto transnacional no subestima las formas de la cultura popular. Por el contrario, las recupera como manifestaciones desvitalizadas, congeladas. Cortadas de sus raíces, se convierten en plantas ornamentales perfumadas. Hay mucho de eso en el folclore. La ideología que las nutría fue evacuada o fue replegada a un espacio más estrecho. Aunque el proyecto dominante sea el de la masificación cultural, admite formas estáticas de pluralidad.

En el proceso de conformación de la cultura popular se establecen mecanismos de apropiación que pueden tener un efecto determinante sobre el resultado de la negociación. La apropiación puede tomar dos sentidos diametralmente opuestos: por un lado, la presión hegemónica que acapara las formas y las desvitaliza para alimentar el proceso de reproducción, y por otro, lo tradicional que se apropia de los instrumentos necesarios para asumir, en primera instancia, una función defensiva, y luego para crear un espacio crítico que permite establecer transacciones sobre la base de un consenso genuino.

Las radios mineras de Bolivia son un ejemplo de apropiación en el sentido liberador de la cultura popular. Otras experiencias en el campo de la comunicación alternativa, indisolublemente ligada a la cultura popular, se han desarrollado con más o menos suerte en América Latina. En su conjunto, sin embargo, no representan sino una manera poco eficiente de constituirse en interlocutores válidos del proceso de interacción, pero dejan esbozar un camino: los procesos de cultura y de comunicación popular deben vincularse en un mismo esfuerzo común con vistas a consolidar la identidad cultural.

La cultura popular supone un mundo de imágenes y de símbolos a los que el proyecto transnacional opone un barniz homogeneizador. Las proyecciones actuales anuncian un futuro inspirado en lo que, en física, se llama el *disco de Newton*: aunque dividi-

do en parcelas de colores, su rotación vertiginosa sobre el eje no deja percibir sino un espacio blanco uniforme. A esa perspectiva quisiéramos oponer la posibilidad de desplegar la cultura popular como una *whipala*, la bandera de los aymaras de Bolivia, compuesta por múltiples pedazos de tela de colores diferentes, expresión abigarrada de la pluralidad y símbolo de una cultura que no se resigna a perder su identidad.

Comunicación, cultura y hegemonía

Extracto de *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*

Jesús Martín Barbero

La comunicación desde la cultura

Durante largo tiempo la verdad cultural de estos países importó menos que las seguridades teóricas. Y así anduvimos convencidos de que lo que era comunicación debía decírnoslo *una* teoría —sociológica, semiótica o informacional—, pues sólo desde ella era posible deslindar el campo y precisar la especificidad de sus objetos. Pero algo se movió tan fuertemente en la realidad que se produjo un emborronamiento, un derrumbe de las fronteras que delimitaban geográficamente el campo y nos aseguraban psicológicamente. Desdibujado el "objeto propio" nos encontramos a la intemperie de la situación. Pero ahora ya no estábamos solos, por el camino había otras gentes que sin hablar de "comunicación" la estaban indagando, trabajando, produciendo: gentes del arte y la política, la arquitectura y la antropología. Habíamos necesitado que se nos perdiera el "objeto" para encontrar el camino al movimiento de lo social en la comunicación, a la comunicación en proceso.

Lo que ni el ideologismo ni el informacionalismo permiten pensar

Han sido dos las etapas de formación del paradigma hegemónico para el análisis de la comunicación en América Latina. La primera se produce a finales de los sesenta, cuando el modelo de Lasswell, procedente de una epistemología psicológico-conductista, es vertido en el espacio teórico de la semiótica estructuralista, espacio a través del cual se hace posible su "conversión", esto es, su encuentro con la investigación crítica. Llamo *ideologista* a esta etapa porque su objetivo estuvo centrado en descubrir y denunciar, articulando aquellas matrices epistemológicas con una posición de crítica política, las estratagemas mediante las cuales la ideología dominante penetra el proceso de comunicación o mejor, para decirlo con el lenguaje de ese momento, penetra el mensaje produciendo determinados efectos. La omnipotencia que en la versión funcionalista se atribuía a los *medios* pasó a depositarse en la *ideología*, que se volvió objeto y sujeto, dispositivo totalizador de los discursos. Se produjo así un ambiguo recorte del campo de la comunicación que, subsumido en lo ideológico, acabó sin embargo definiendo su especificidad por aislamiento. Tanto el dispositivo del *efecto*, en la versión psicológico-conductista, como el del *mensaje* o el texto en la semiótico-estructuralista, terminaban por referir el sentido de los procesos a la inmanencia de lo comunicativo. Pero en hueco. Y al llenar ese hueco con "lo ideológico" nos quedamos con el recorte —con el comunicacionismo— y sin especificidad. La mejor prueba de lo que estoy diciendo es que la denuncia política que se hacía *desde la comunicación* no logró superar casi nunca la generalidad de la "recuperación por el sistema", "la manipulación", etcétera.

De la amalgama entre comunicacionismo y denuncia, lo que resultó fue una esquizofrenia, que se tradujo en una concepción instrumentalista de los medios de comunicación, concepción que los privó de espesor cultural y materialidad institucional, convirtiéndolos en meras herramientas de acción ideológica. Con el agravante de que reducidos a herramientas los medios eran moralizados según su uso: malos en manos de las oligarquías reaccionarias, se transformarían en buenos el día en que el proletariado los tomara en las suyas. Ésa era la creencia salvo en ciertos reductos militantes en los que el pecado original de haber nacido capitalistas condenaba a los medios masivos hasta la eternidad a servir a sus amos. El apocalipsis fue la única alternativa a la esquizofrenia. Pero quizá no era más que su doble pues, en definitiva, la ideologización impidió que lo que se indagara en los procesos, fuera otra cosa que las *huellas del dominador*. Y para nada las del dominado y menos las del conflicto. Una concepción "teológica" del poder —puesto que se lo pensaba omnipotente y omnipresente— condujo a la creencia de que con sólo analizar los objetivos económicos e ideológicos de los medios masivos, podía saberse qué necesidades generaban y cómo sometían a los consumidores. Entre emisores-dominantes y receptores-dominados, ninguna seducción ni resistencia, sólo la pasividad del consumo y la alienación descifrada en la inmanencia de un mensaje-texto por el que no pasaban los conflictos, ni las contradicciones y mucho menos las luchas.

Desde mediados de los setenta se abre paso otra figura precedida de este discurso: "Ya está bien de ideología y de denuncias, seamos serios y empecemos a hacer ciencia". Entramos así en la segunda etapa que podemos denominar *científica*, ya que en ella el paradigma hegemónico se reconstruye sobre la base del *modelo informacional* y de un *revival* positivista que prohíbe llamar problemas a todo aquello para lo que no tengamos un método. La crisis que después de los golpes militares en el Cono Sur atraviesan las izquierdas latinoamericanas, con su secuela de desconcierto y de repliegue político, sería un buen caldo de cultivo para el chantaje cientifista. El cortocircuito teórico que se produjo podría describirse así: los procesos de comunicación ocupan cada día un lugar más estratégico en nuestra sociedad, puesto que, con la información-materia prima, se ubican ya en el espacio de la producción y no sólo en el de la circulación. Pero el estudio de esos procesos se halla aún preso de una dispersión disciplinaria y metodológica tal, que nos hace imposible saber con objetividad qué es lo que ahí está pasando. Estamos entonces urgidos de *una teoría* capaz de ordenar el campo y delimitar los objetos. Y bien, esa teoría existe ya, sólo que

Gumucio Dagron, Alfonso (1987) "Interactions culturelles et formes décentralisés de communication" en *Revue Tiers Monde*, Tomo XXVIII, Nº 111, julio-septiembre. París. Reproducción autorizada por el autor.

su elaboración ha tenido lugar en un espacio algo alejado de las preocupaciones de los críticos: en el de la ingeniería, y se llama *teoría de la información*. Definida como "transmisión de información", la comunicación encontró en esa teoría un marco de conceptos precisos, de deslindes metodológicos e incluso de propuestas operativas, todo ello avalado por la "seriedad" de las matemáticas y el prestigio de la cibernética, capaces de ofrecer un modelo incluso a la estética. El modelo informacional entra entonces a adueñarse del campo, abonado como estaba por un funcionalismo que sobrevivió en la propuesta estructuralista y en cierto marxismo.[1]

Si al modelo semiótico, al del análisis centrado en mensajes y códigos, le faltó un entramado de conceptos capaz de abarcar el campo y deslindarlo sin amalgamas, el deslinde operado por el modelo informacional deja demasiadas cosas fuera. Y no sólo la cuestión del sentido, sino la del poder. Queda fuera toda la gama de preguntas que vienen de la información como proceso de comportamiento colectivo. Queda fuera el conflicto de intereses que juegan en la lucha por informar, producir, acumular o entregar información y, por consiguiente, los problemas de la desinformación y del control. Y al dejar fuera del análisis las condiciones sociales de producción del sentido, lo que el modelo informacional elimina es el análisis de las luchas por la hegemonía, esto es, por el discurso que "articula" el sentido de una sociedad.

Ahora bien, el modelo informacional llega ahí no sobre la base de lo que dice, sino de lo que presupone. Y a ese nivel de los presupuestos es donde se halla la complicidad del modelo semiótico dominante con el informacional: en una "economía" según la cual las dos instancias del circuito —emisor y receptor— se presuponen situadas sobre el mismo plano y el mensaje circula entre instancias homólogas. Esto implica no sólo el idealismo, contra el que ya Lacan planteó la cuestión del código como espacio de dominio revestido de "encuentro", sino la presunción de que el máximo de comunicación funciona sobre el máximo de información y éste sobre la univocidad del discurso.[2] Con ello se hace impensable todo lo que en la comunicación no es reducible ni homologable a transmisión y medición de información, o porque no cabe —como un baile o un ritual religioso— en el esquema emisor/mensaje/receptor o porque introduce una asimetría tal, entre los códigos del emisor y el receptor, que hace estallar la linearidad en que se basa el modelo.

Por otro lado, el paradigma hegemónico se sustenta en una fragmentación del proceso, que es, a su vez, convertida en garantía de rigor y criterio de verdad. Esa fragmentación homologa el proceso de comunicación al de transmisión de una información, mejór dicho, reduce aquél a éste. De ahí que convierta en verdad metodológica la *separación* entre el análisis del *mensaje* —ya sea éste análisis de contenido o de expresión, de estructuras textuales u operaciones discursivas— y el análisis de la *recepción* concebida llana o sofisticadamente como indagación de los efectos o de la reacción. En todo caso, la fragmentación a la que es sometido, y desde la que es pensado el proceso de comunicación, controla en forma reduccionista el tipo de preguntas formulables, delimitando así el universo de lo investigable y los modos de acceso a los problemas.

Pero la verdadera envergadura teórica de la racionalidad informacional, reside en su noción de conocimiento: "acumulación de información más clasificación". La tendencia es entonces a dejar sin sentido las contradicciones por considerarlas no como expresiones de conflictos, sino como residuos de ambigüedad. Nos hallamos ante una racionalidad que disuelve "lo político", pues lo político es justamente la asunción de la opacidad de lo social en cuanto realidad conflictiva y cambiante, asunción que se realiza a través del incremento de la red de mediaciones y de la lucha por la construcción del sentido de la convivencia social. De manera que si el primer modelo se resolvía en una concepción instrumental de los medios, este segundo termina en una disolución tecnocrática de lo político. «Si los problemas sociales son transformados en problemas técnicos, habría una y sólo una solución. En lugar de una decisión política entre distintos objetivos sociales posibles, se trataría de una solución tecnocientífica acerca de los medios correctos para lograr una finalidad prefijada. Para ello es posible prescindir del debate público; no cabe someter un hecho técnico o una "verdad científica" a votación. El ciudadano termina reemplazado por el experto» (Lechner 1981). Ahí es donde el cortocircuito señalado halla su punto de cierre: la centralidad de los procesos de comunicación en nuestra sociedad *significa*, para la racionalidad informática, la disolución de la realidad de lo político.

Cultura y política: las mediaciones constitutivas

No son únicamente los límites del modelo hegemónico los que nos han exigido cambiar de paradigma. Fueron los tercos hechos, los procesos sociales de América Latina, los que nos están cambiando el "objeto" de estudio a los investigadores de comunicación. Para percibir esto no hay más que ojear los títulos de seminarios y congresos latinoamericanos sobre comunicación en estos últimos cinco años y constatar la presencia obsesiva de los términos "transnacionalización", "democracia", "cultura" y "movimiento popular". Con la *cuestión trasnacional* lo que es nombrado no es la mera sofisticación del viejo imperialismo, sino una nueva fase en el desarrollo del capitalismo, en la que justamente el campo de la comunicación entra a jugar un papel decisivo. Lo que aparece en juego ahora no es la imposición de un modelo económico, sino el "salto" a la internacionalización de un *modelo político*. Esto obliga a abandonar la concepción que se tenía de los modos de lucha contra la "dependencia", pues «es muy distinto luchar por independizarse de un país colonialista en el combate frontal con un poder geográficamente definido, a luchar por una identidad propia dentro de un sistema trasnacional, difuso, complejamente interrelacionado e interpenetrado» (García Canclini 1984c). Y como la trasnacionalización juega primordialmente en el campo de las tecnologías de comunicación —satélites, telemática—, de ahí que sea en el campo de la comunicación donde la cuestión nacional encuentra ahora su punto de fusión. Y ello tanto en el cuadro de las relaciones de clases como en el de las relaciones entre pueblos y etnias que convierten a la *Nación* en un foco de contradicciones y conflictos inéditos. Conflictos cuya validez social no cabe en las fórmulas políticas tradicionales, ya que están dando nacimiento a nuevos actores sociales que ponen en cuestión la cultura política tradicional tanto en la derecha como en la izquierda. ¿De qué conflictos se trata? No sólo de aquellos obvios que aparecen como el costo social que acarrea la pauperización creciente de las economías nacionales y el desnivel por tanto siempre mayor de las relaciones económicas internacionales, sino de aquellos otros conflictos que la nueva situación produce o saca a flote y que se sitúan en la intersección de la crisis de una cultura política y el nuevo sentido de las políticas culturales. Se trata de una percepción nueva del problema de la identidad —por más ambiguo y peligroso que el término parezca hoy— de estos países y del subcontinente. Puesto que la identidad no hace frente únicamente a la homogeneización descarada que viene de lo trasnacional, sino a aquella otra que, enmascarada, viene de lo nacional en su negación, deformación y desactivación de la pluralidad cultural que constituye a estos países.

La nueva percepción del problema de la identidad, en conflicto no sólo con el funcionamiento de lo trasnacional sino con el chantaje en que opera frecuentemente lo nacional, aparece inscrita en el movimiento de profunda transformación de lo político que conduce en las izquierdas latinoamericanas a una concepción ya no meramente táctica sino estratégica de la *democratización*, esto es, en cuanto espacio de transformación de lo social. Frente a las propuestas que orientaron el pensamiento y la acción de las izquierdas hasta mediados de los años setenta —organización excluyente del proletariado, la política como totalización, la denuncia de la trampa parlamentaria burguesa— (Casullo 1983, De Ipola y Portantiero

1984), en los últimos años se abre camino otro proyecto ligado estrechamente al *redescubrimiento de lo popular*, al nuevo sentido que esa noción cobra hoy: revalorización de las articulaciones y mediaciones de la sociedad civil, sentido social de los conflictos más allá de su formulación y sintetización política y reconocimiento de experiencias colectivas no encuadradas en formas partidarias. Lo que se halla en proceso de cambio es la concepción misma que se tenía de los *sujetos políticos*. A una concepción sustancialista de las clases sociales, como entidades que reposan sobre sí mismas, autosuficientes, corresponde una visión del conflicto social como manifestación de los atributos de los actores. Pero entonces «el proceso político, en sentido estricto, no sería productivo, no generaría nada sustancialmente nuevo» (Landi 1983). Y, sin embargo, las relaciones de poder tal y como se configuran en cada formación social, no son mera expresión de atributos, sino producto de conflictos concretos y de batallas que se libran en el campo económico y en el terreno de lo simbólico. Porque es en ese terreno donde se articulan las interpelaciones desde las que se constituyen los sujetos, las identidades colectivas. «¿Cómo reflexionar la práctica política —se pregunta Lechner (1984)— al margen de los lazos de arraigo colectivo y de pertenencia afectiva que desarrollamos día a día?». Pero desenmascarar el sustancialismo racionalista desde el que eran pensados los actores sociales es poner al descubierto aquella visión fatalista de la historia que cobija la concepción instrumental de la política. La cuestión de fondo entonces es que «no existe una "solución objetiva" a las contradicciones de la sociedad capitalista. Por consiguiente se trata de elaborar las alternativas posibles y de seleccionar la opción deseada. El desarrollo no se guía por soluciones objetivas. Por tanto hay que elaborar y decidir continuamente los objetivos de la sociedad. Eso es hacer política».

En la convergencia del nuevo sentido que adquieren los procesos de trasnacionalización con la nueva concepción que cobra lo político, emerge en América Latina una valoración nueva, profundamente nueva de *lo cultural*. No faltan quienes piensen que esa valoración es sospechosa: estaría encubriendo la evasión política resultante de la incapacidad para hacer frente a la crisis de las instituciones y los partidos. Esa sospecha acierta para aquellos casos en que "se hace cultura mientras no puede hacerse política". Pero algo radicalmente distinto se produce cuando lo cultural señala la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, la formación de nuevos sujetos —regionales, religiosos, sexuales, generacionales— y formas nuevas de rebeldía y resistencia. Esta reconceptualización de la cultura nos enfrenta a la existencia de esa otra experiencia cultural que es la popular, en su existencia múltiple y activa no sólo en su memoria del pasado, sino en su conflictividad y creatividad actual. Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de las tecnologías.

Venimos de una investigación en comunicación que pagó durante mucho tiempo su derecho a la inclusión en el campo de las legitimidades teóricas con el precio de la susbsidiariedad a unas disciplinas, como la psicología o la cibernética, y que ahora se apresta a superar esa subsidiariedad a un precio mucho más caro aún: el del vaciado de su especificidad histórica por una concepción radicalmente instrumental como aquella que espera que las transformaciones sociales y culturales serán efecto de la mera implantación de innovaciones tecnológicas. La posibilidad de enfrentar adecuadamente esa coartada, pasa por la capacidad de comprender que «el funcionamiento del aparato tecnológico-institucional que se está preparando con la reconversión, depende en gran medida de una reconversión paralela de la utilización social de la cultura. Por esa razón un conflicto, hasta ahora tenido por superestructural, se va a solventar a nivel de la estructura misma de producción» (Martín Serrano 1987). Pasa entonces más que por unas "políticas de comunicación", por una renovación de la cultura política capaz de asumir lo que hoy está en juego en las políticas culturales,

en las que no se trata tanto de la administración de unas instituciones o la distribución de unos bienes culturales, sino de «un principio de organización de la cultura, algo interno a la constitución de lo político, al espacio de producción de un sentido del orden en la sociedad, a los principios de reconocimiento mutuo» (Landi 1984).

La historia de las relaciones entre política y cultura está llena de trampas tendidas de parte y parte. Desde una concepción espiritualista de la cultura que ve en la política una contaminación por la intrusión de intereses materiales y desde una concepción mecanicista de la política que ve en la cultura únicamente el reflejo superestructural de lo que pasa realmente en otra parte. Desde una posición como desde la otra, no cabe más relación que la instrumentación. «La verdad es que la política suprime la cultura como campo de interés desde el momento en que acepta una visión instrumental del poder. Poder son los aparatos, las instituciones, las armas, el control sobre medios y recursos, las organizaciones. Tributaria de esa visión del poder, la política no ha podido tomar en serio la cultura, salvo allí donde se encuentra institucionalizada» (Brunner 1985a, 1985b; Brunner y Catalán 1985). De ahí a convertir la política cultural en gestión burocrática, monopolio de agentes especializados no hay sino consecuencia lógica. Pero en los últimos años en América Latina una serie de hechos parecen apuntar hacia un nuevo tipo de comprensión de las relaciones entre política y cultura. Esos hechos son, según José Joaquín Brunner —uno de los investigadores latinoamericanos que mayor contribución ha hecho a la nueva visión de las políticas culturas—, tres: la experiencia en los países bajo regímenes autoritarios, de que los modos de resistir y de oponerse procedieron en buena parte de espacios fuera de los considerados en el análisis tradicional, como comunidades cristianas, movimientos artísticos, grupos de derechos humanos; la percepción de que aún el autoritarismo más brutal no se agota nunca en las medidas de fuerza ni responde únicamente a intereses del capital, sino que hay siempre un intento de cambiar el sentido de la convivencia social modificando el imaginario y los sistemas de símbolos; por último, el hecho de que la cultura, merced a la dinámica de la escolarización y a la de los medios masivos, se ha colocado en el centro de la escena política y social. Se abre así el debate a un horizonte de problemas nuevo, en el que lo redefinido es tanto el sentido de la cultura como el de la política y en el que la problemática de la comunicación entra no solamente a título temático y cuantitativo —los enormes intereses económicos que mueven las empresas de comunicación— sino cualitativo: en la redefinición de la cultura es clave *la comprensión de su naturaleza comunicativa*. Esto es, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y, por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también.

Es en el cruce de esas dos líneas de renovación —la que viene de inscribir la cuestión cultural al interior de lo político y la comunicación en la cultura— donde aparece en todo su espesor el desafío que representa la industria cultural. Porque si no se trata de revivir dirigismos autoritarios, tampoco «la expansión de la pluralidad de voces en la democracia, puede entenderse como una ampliación de clientelas de los consumos culturales» (Landi 1985a). Lo que ya no tendrá sentido es seguir diseñando políticas que escindan lo que pasa en la Cultura —con mayúscula— de lo que pasa en las masas, en la industria y los medios masivos de comunicación. No pueden ser políticas aparte, puesto que lo que pasa culturalmente a las masas, es fundamental para la democracia, si es que la democracia tiene aún algo que ver con el pueblo.

Mapa nocturno para explorar el nuevo campo

> «Sabemos que la lucha a través de las mediaciones culturales no da resultados inmediatos ni espectaculares. Pero es la única garantía de que no pasemos del simulacro de la hegemonía al simulacro de la

democracia: evitar que una dominación derrotada resurja en los hábitos cómplices que la hegemonía instaló en nuestro modo de pensar y relacionarnos»

Néstor García Canclini

Perdidas las seguridades que procuraba la inercia y desplazados los linderos que demarcaban las instancias, es el mapa de los "conceptos básicos", de que habla Raymond Williams, el que necesitamos rehacer. Pero no creo que ello sea posible sin *cambiar de lugar*, sin cambiar el lugar desde el que se formulan las preguntas. Es lo que expresa en los últimos años la tendencia a colocar preguntas que rebasan la "lógica diurna" y la desterritorialización que implica el asumir los *márgenes* no como tema sino como enzima. Con lo cual no se trata de "carnavalizar" la teoría[3] —y no es que no lo necesite—, sino de aceptar que los tiempos no están para la síntesis, que la razón apenas nos da para sentir y barruntar que hay zonas en la realidad más cercana que están todavía sin explorar. Como dice Laclau (1981), «hoy advertimos que la historicidad de lo social es más profunda que aquello que nuestros instrumentos teóricos nos permiten pensar y nuestras estrategias políticas encauzar». Las tentaciones al apocalipsis y la vuelta al catecismo no faltan, pero la más secreta tendencia parece ir en otra dirección: la de avanzar a tientas, sin mapa o con sólo un mapa *nocturno*. Un mapa para indagar no otras cosas sino la dominación, la producción y el trabajo, pero desde el otro lado: el de las brechas, el consumo y el placer. Un mapa no para la fuga, sino para el reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos.

Acerca de la cotidianidad, el consumo y la lectura

«La óptica del mercado permea no sólo la sociedad, sino también las explicaciones sobre la sociedad» (Durham 1980). Y eso explica por qué las teorías críticas han privilegiado las dimensiones que tienen que ver con la figura del trabajador-productor de mercancías no solamente a la hora de comprender su situación, sino también a la hora de despertar su conciencia. De la misma forma en que a la mayoría de las organizaciones de izquierda lo que verdaderamente les interesó de la vida de las clases populares es lo que tenía que ver con las acciones de reivindicación y las asociaciones que organizan esa lucha. Todo el resto, las prácticas de que está hecho el vivir cotidiano, con las que enfrentan la subsistencia y llenan de sentido su vida, fueron consideradas más bien obstáculos a la toma de conciencia y a una acción políticamente consecuente. «Su concepción de la familia es tenida por conservadora; sus tradiciones, resquicios fragmentarios de una cultura rural y precapitalista; sus gustos están moldeados por la influencia de los medios masivos, su ocio no pasa de ser un escapismo, su religiosidad, un factor de alienación, y sus proyectos de vida, tentativas frustradas de ascenso social» (Cantor Magnani 1984). La cotidianidad que no está inscrita inmediata, directamente, en la estructura productiva es de ese modo despolitizada, considerada irrelevante, insignificante. Y, sin embargo, los relatos que empiezan a contar lo que pasa por dentro de la vida del barrio popular, los que tratan no de evaluar, sino de comprender el funcionamiento de la socialidad popular nos abren a otra realidad. Una realidad en la que, ¡escándalo!, el apego de los sectores obreros a la familia no aparece necesariamente ligado, o al menos no únicamente, a la conservación del pasado, sino más bien —como lúcida y valientemente plantea Durham— a «la superación de un estado generalizado de desorganización familiar asociado a una explotación mucho más brutal y directa de la forma de trabajo».

En la percepción popular el espacio doméstico no se agota en las tareas de la reproducción de la fuerza de trabajo. Por el contrario —y frente a un trabajo cercado por la monotonía y despojado de cualquier actividad creativa—, el espacio doméstico representa y posibilita un mínimo de libertad y de iniciativa. Del mismo modo, no toda forma de consumo es interiorización de los valores de las otras clases. El consumo puede hablar y habla en los sectores populares de sus justas aspiraciones a una vida más digna. No toda búsqueda de ascenso social es arribismo, puede ser forma de protesta y expresión de algunos derechos elementales. De ahí la necesidad grande de una concepción no reproductivista ni culturalista del consumo, capaz de ofrecer un marco a la investigación de la comunicación/cultura desde lo popular; esto es, que nos permita una comprensión de los diferentes modos de apropiación cultural, de los diferentes usos sociales de la comunicación.

En varios de sus últimos trabajos García Canclini (1984a, 1985, 1988) ha ido reuniendo elementos para la configuración de ese marco, siguiendo de cerca la concepción de Bourdieu pero rebasándola para dar entrada a la *praxis*, a la transformación y sus formas de producción en las culturas populares de América Latina. Hemos de comenzar por ubicar el verdadero alcance de lo que buscamos, su diferencia con las teorías funcionalistas de la recepción: «No se trata sólo de medir la distancia entre los mensajes y sus efectos, sino de construir un análisis integral del consumo, entendido como *el conjunto de los procesos sociales de apropiación de los productos*» (García Canclini 1988). Ni estamos en el terreno de la tan denostada "compulsión consumista" ni en el del repertorio de actitudes y gustos que recogen y clasifican las encuestas de mercado, pero tampoco en el gaseoso mundo de la simulación y el simulacro baudrillardiano. El espacio de la reflexión sobre el consumo es el espacio de las prácticas cotidianas en cuanto *lugar de interiorización muda de la desigualdad social* (García Canclini 1984b), desde la relación con el propio cuerpo hasta el uso del tiempo, el hábitat y la conciencia de lo posible en cada vida, de lo alcanzable e inalcanzable. Pero lugar también de la impugnación de esos límites y de expresión de los deseos, de subversión de códigos y movimientos de la pulsión y del goce. El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los *usos* que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales.

Prueba de la significación de este nuevo terreno es la relevancia política que cobran hoy los "nuevos conflictos", las luchas contra las formas de poder que atraviesan, discriminando o reprimiendo, la vida cotidiana y las luchas por la apropiación de bienes y servicios. La articulación entre ambas se hizo bien clara en las historias que recogimos para estudiar lo popular urbano.

Otra vertiente teórica que es necesario integrar a esta reflexión es la nueva concepción de la *lectura*, desarrollada en América Latina especialmente en los trabajos de Beatriz Sarlo (1983b, 1985b, 1985c), en los que llevando adelante las líneas de pensamiento de H. Robert Jauss se propone el abordaje de *los diversos lectores sociales posibles*. Si entendemos por lectura «la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido» (Sarlo 1983a), resulta que en la lectura —como en el consumo— no hay sólo reproducción, sino producción también, una producción que cuestiona la centralidad atribuida al texto-rey y al mensaje entendido como lugar de la verdad que circularía en la comunicación. Poner en crisis esa centralidad del texto y del mensaje implica asumir como constitutiva la *asimetría* de demandas y de competencias que se encuentran y *negocian* a partir del texto. Un texto que ya no será máquina unificadora de la heterogeneidad, un texto ya no lleno, sino espacio globular y atravesado por diversas trayectorias de sentido. Lo que a su vez le restituye a la lectura la legitimidad del *placer*. No a la lectura culta únicamente, a la lectura erudita, sino a cualquier lectura, a las lecturas populares con su placer de la repetición y el reconocimiento (Sarlo 1985a). Y en el que hablan tanto el goce como la *resistencia*: la obstinación del gusto popular en *una narrativa* que es a la vez materia prima para los formatos comerciales y dispositivo

activador de una competencia cultural, terreno en el que luchan a ratos y a ratos negocian la lógica mercantil y la demanda popular. Lo que sigue es un mapa nocturno para explorar ese terreno en la encrucijada que conforman en América Latina televisión y melodrama.

La televisión desde las mediaciones

En un momento en que el *medio* televisión se halla en el centro de las transformaciones que vienen de la informática, los satélites, la fibra óptica, etcétera, una propuesta como la que vamos a dibujar parecerá a no pocos anacrónica. Nos atrevemos no obstante a formularla porque estamos convencidos que si el medio está en trance de sufrir numerosos cambios, la *mediación*[d] desde la que ese medio opera social y culturalmente no parece estar sufriendo en América Latina modificaciones de fondo. Ni los miles de videograbadoras que invaden anualmente el mercado, ni las antenas parabólicas sembradas a lo largo de la ciudad, ni la red de cable, están afectando sustancialmente al modelo de producción de televisión que conocemos. Y en cuanto a la relación de los "usuarios" con la televisión, en lo que respecta a las grandes mayorías, no es sólo en América Latina —también en Europa— los cambios en la oferta, pese a la propaganda sobre la descentralización y pluralización, parecen ir en la dirección de ahondar la estratificación social, pues la oferta diferenciada de los productos de vídeo se halla ligada a las capacidades adquisitivas de los individuos. Lo único que parece importar decisivamente a los productores y "programadores" de las tecnologías de vídeos es la innovación tecnológica, mientras que el uso social de aquellas potencialidades técnicas parece caer fuera de su interés (Richeri 1985). Paradójicamente la modificación que parece afectar más en profundidad a la televisión que tenemos, iría en la línea que busca nuestra propuesta. «Hay que abandonar el *mediacentrismo*, ya que el sistema de los *media* está perdiendo en parte su especificidad para convertirse en elemento integrante de otros sistemas de mayor envergadura, como el económico, cultural y político» (Richeri). Sólo que en América Latina el abandono del mediacentrismo se está produciendo menos por el impacto de la reconversión industrial de los medios —su función comunicativa relegada a producto residual de las opciones económico-industriales—, que por la fuerza con que los movimientos sociales hacen visibles las mediaciones. Por eso, en lugar de hacer partir la investigación del análisis de las *lógicas* de la producción y la recepción, para buscar *después* sus relaciones de imbricación o enfrentamiento, proponemos partir de las *mediaciones*, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión. A modo de hipótesis, que recoge y da forma a una serie de búsquedas convergentes, aunque muchas de ellas no tengan por "objeto" la televisión, se proponen tres lugares de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural.

Notas

1 Una discusión más detallada sobre este tema se encuentra en Martín Barbero 1982.

2 Esta tendencia es criticada por Landi (1983) y Lechner, "Información y política: dos formas de comunicación" (1984).

3 La expresión está tomada de Gutiérrez y Munizaga.

4 El significado dado aquí al término es el de Martín Serrano (1977).

Bibliografía citada

Brunner, J. J. (1985a). *La cultura como objeto de políticas*. Santiago, FLACSO.

Brunner, J. J. (1985b). *Políticas culturales para la democracia*. Santiago, FLACSO.

Brunner, J. J. y Catalán, G. (1985). *Cinco estudios sobre cultura y sociedad*. Santiago, FLACSO.

Casullo, N. (1983). "Cultura popular y política". Documento mimeografiado. Buenos Aires.

Cantor Magnani, J. G. (1984). *Festa do pedazo: cultura popular e lazer na cidade*. São Paulo, Brasiliense.

Durham, E. R. (1980). "A familia operaria: consciencia e ideologia" en *Dados*, 2. Rio de Janeiro.

García Canclini, N. (1984a). "Desigualdad, cultura y poder simbólico: la sociología de P. Bourdieu". Documento mimeografiado. México.

García Canclini, N. (1984c). "Las políticas culturales en América Latina" en *Materiales para la comunicación popular*, 1. Lima.

García Canclini, N. (1985). "Cultura transnacional y cultura popular en México". Ponencia presentada al Congreso de Americanistas. Bogotá.

García Canclini, N. (1988). "Culture and Power: The State of Research" en *Media, Culture and Society*, 10.

Laclau, E. (1981). "Teoría marxista del Estado: debates y perspectivas" en *Estado y política en América Latina*. México, Siglo XXI Editores.

Landi, O. (1983). *Crisis y lenguajes políticos*. Buenos Aires, Cedes.

Landi, O. (1984). "Cultura política en la transición democrática". Documento mimeografiado. Buenos Aires.

Landi, O. (1985a). "Campo cultural y democratización política". Documento mimeografiado. Buenos Aires.

Lechner, N. (ed.) (1981). *Estado y política en América Latina*. México, Siglo XXI Editores.

Lechner, N. (1984). *La conflictiva y nunca acabada construcción del Orden Deseado*. Santiago, FLACSO.

Martín Serrano, M. (1987). "El estructuralismo antropológico y el mito de la postmodernidad" en *Cuadernos del Norte*, 9. Oviedo, España.

Richeri, G. (1985). "Nuevas tecnologías e investigación sobre la comunicación de masas" en De Moragas, M. (ed.) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili.

Sarlo, B. (1983a). "Lo popular como dimensión: tópica, retórica y problemática de la recepción". Documento mimeografiado. Buenos Aires.

Sarlo, B. (1983b). "Del lector" en Altamirano, C. y Sarlo, B. *Literatura/Sociedad*. Buenos Aires, Hachette.

Sarlo, B. (1985a). *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires, Catálogos.

Sarlo, B. (1985b). "Los lectores: una vez más ese enigma" en *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires, Catálogos.

Sarlo, B. (1985c). "Crítica de la lectura. ¿Un nuevo canon?" en *Punto de vista*, 24. Buenos Aires.

Martín Barbero, Jesús (1987). "La comunicación desde la cultura" en *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, Gustavo Gili. Reproducción autorizada por el autor.

Repensar la comunicación de apoyo al desarrollo

Extracto de *Informe sobre la comunicación para el desarrollo*

Silvia Balit

La comunicación ocupa un lugar cada vez más importante en las políticas y programas de desarrollo y está situándose en un primer plano a medida que las experiencias se estudian y evalúan.

Dentro del sistema de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el concepto de Comunicación de Apoyo al Desarrollo fue promovido inicialmente por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA). La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) reconoció rápidamente la importancia de la disciplina emergente y, en 1969, se formó la Sección de Comunicación de Apoyo al Desarrollo en calidad de unidad orientada al trabajo de campo dentro de la División de Información.

Posteriormente, se incorporó como subprograma en el Programa de Desarrollo Rural de la FAO, con el amplio mandato de atender pedidos de asistencia en las comunicaciones rurales de los gobiernos miembro. La comunicación de apoyo al desarrollo es actualmente un componente fundamental en muchas esferas de las actividades de la FAO, tales como la silvicultura, piscicultura y agricultura. Se ha dado un enfoque integrado al desarrollo rural, por lo cual el apoyo de la comunicación también ha sido incorporado a los programas para mujeres y de población, salud, nutrición y alfabetización.

La Conferencia Mundial sobre Reforma Agraria y Desarrollo Rural (CMRADR) de 1979 reforzó el mandato de la FAO para la comunicación en apoyo del desarrollo rural al colocar especial énfasis en la participación de la población rural pobre no sólo en los beneficios del desarrollo, sino también en la responsabilidad de la toma de decisiones respecto del desarrollo. La Conferencia concluyó que «las estrategias de desarrollo rural podrán cumplir todo su potencial sólo a través de la motivación, participación activa y organización a nivel de bases de la población rural, con especial énfasis en los menos favorecidos, en la conceptualización y el diseño de políticas y programas, y en la creación de instituciones administrativas, sociales y económicas, tales como las formas cooperativas y otras formas voluntarias de organización, para implementarlas y evaluarlas».

En vista de este enfoque, para que las estrategias de desarrollo sean exitosas deben proponerse generar «comprensión y conciencia de los problemas y oportunidades de la población rural en todos los niveles y mejorar la interacción entre el personal de desarrollo y las masas por medio de un sistema eficiente de comunicación». En la práctica, esto significa que ninguna estrategia de desarrollo estará completa si no se incorporan políticas y actividades de comunicación en el diagnóstico de las necesidades y en el diseño e implementación de las prioridades seleccionadas para una acción de desarrollo.

Cuando empezaron las actividades de comunicación de apoyo al desarrollo de la FAO, se sabía poco sobre cómo usar la comunicación para el desarrollo en poblaciones predominantemente analfabetas en los países en vías de desarrollo. El supuesto general era que los medios de comunicación de masas tendrían un mayor impacto en la transferencia de ideas y tecnología a las poblaciones rurales en los esos países. Pronto se comprobó que éste era en esos países un supuesto equivocado, basado en una gran simplificación de los problemas de desarrollo, que obviaba a menudo las culturas, tradiciones y valores de los pueblos. Actualmente se considera a la comunicación para el desarrollo más como un proceso social y como diseñada para buscar un entendimiento mutuo o consenso entre todos los participantes de una iniciativa de desarrollo, a fin de conducir a una acción concertada. Los medios ahora se consideran herramientas útiles que ayudan a este proceso y al aprendizaje. Su uso no es un fin en sí mismo, y la comunicación interpersonal desempeña un papel protagónico.

Después de casi veinte años de programas orientados a la acción, entre ellos una serie de experiencias innovadoras y exitosas, así como lecciones aprendidas de los fracasos, la FAO consideró que existía una riqueza de experiencia que merecía un análisis detenido. Por este motivo, se organizó una Consulta de Expertos sobre comunicación de apoyo al desarrollo en junio de 1987. Por primera vez, quince especialistas en comunicación rural se reunieron en la FAO para analizar las experiencias pasadas y ofrecer orientación para actividades futuras. Su formación, experiencia y regiones de origen eran diversas, e incluían a profesores universitarios, profesionales de campo y especialistas en comunicación de apoyo al desarrollo tanto del sistema de la ONU como de fuera. Algunos eran viejos conocidos que habían estudiado juntos, mientras que otros recién se encontraban. No obstante las diferencias de experiencias y metodologías, un entendimiento común y un consenso respecto de los mejores caminos que se deberían tomar para el futuro surgieron durante los cinco días de intenso trabajo y discusiones. Como material preparatorio, los integrantes de la Consulta de Expertos recibieron un documento informativo actualizado que describía el desarrollo conceptual e histórico de la comunicación de apoyo al desarrollo, así como una serie de estudios de caso en los que se analizaban las diferentes metodologías y el impacto logrado en un número selecto de programas de comunicación de apoyo al desarrollo.

La reunión comenzó por analizar el papel de la comunicación en el desarrollo rural actual, así como algunas de sus características esenciales. Los participantes consideraron que «la esencia de la participación de la población rural en el proceso de su propio desarrollo radica en el intercambio de conocimientos. No se trata de la transferencia unidireccional de información, sino más bien de un intercambio entre iguales que se comunican. Por un lado, los especialistas técnicos aprenden cuáles son las necesidades de la población y sus técnicas de producción y, por el otro, la población aprende sobre las técnicas y propuestas de los especialistas».

Por ende, el resultado de un intercambio útil de conocimientos no es tanto la sustitución de las técnicas tradicionales con técnicas modernas, sino más bien una fusión de los sistemas modernos y los tradicionales para producir algo más apropiado que se ajuste a las capacidades económicas y técnicas de la población, así como a sus valores culturales. El propósito último del intercambio de conocimientos es posibilitar que la población rural asuma más control sobre su entorno y sobre la agricultura, salud, hábitat y otros elementos que impactan su calidad de vida tan crucialmente.

El problema ha sido que el intercambio de conocimientos no se ha producido espontáneamente entre los agentes de desarrollo y la población rural, porque ni unos ni otros han contado con las habilidades necesarias para superar ciertas barreras. Entre ellas, las principales han sido de orden sociocultural, ya que las actividades de desarrollo a menudo se han visto minadas por modos incompatibles de comunicación, por el choque entre niveles distintos de educación e instrucción y por diferencias en el uso del lenguaje. Otras barreras importantes han sido los intereses divergentes de las partes y las diferencias entre las percepciones de las realidades de una situación dada. La comunicación para el desarrollo es una respuesta a la necesidad de superar estas barreras. Las actividades de comunicación buscan reforzar la identidad cultural, los valores locales y

los conocimientos de la población como una vía para lograr que participen activamente en su propio desarrollo.

Los expertos llegaron a definir a la comunicación de apoyo al desarrollo como sigue:

> «La Comunicación de Apoyo al Desarrollo (CAD) es parte ciencia, parte arte y parte oficio:
>
> - Es parte ciencia porque se nutre de la teoría, metodología y filosofía general de las ciencias sociales.
> - Es parte arte porque incorpora habilidades y talentos artísticos, tales como gráficos, fotografía, radio, vídeo, comercialización social, diseño educacional y similares.
> - Es parte oficio porque emplea una amplia variedad de herramientas y equipos, tales como cámaras, proyectores, aparatos de composición tipográfica, computadoras y equipos para radiodifusión y telecomunicaciones para la preparación, proyección y diseminación de mensajes».

Después de analizar los estudios de casos y las experiencias hasta la fecha, los participantes en la reunión llegaron a la conclusión de que los siguientes eran factores fundamentales comunes para determinar el éxito:

1. Al igual que en todas las actividades de desarrollo, la comunicación, para que logre su cometido, debe basarse en las perspectivas de la población rural.
2. La comunicación para el desarrollo se debe incorporar en la etapa de planificación y programación de los proyectos. Ayuda a determinar las áreas de necesidades e intereses compartidos por los gobiernos, la población rural, el personal de desarrollo y las entidades donantes, lo cual conduce a proyectos viables y sostenibles, dada la convergencia de intereses de todos los sectores participantes.
3. La duración de los componentes de los proyectos de desarrollo, y de los proyectos de comunicación mismos, debe ser suficientemente larga como para demostrar su valor y crear una base institucional. Una duración de cuatro a cinco años se debería considerar como un mínimo normal para la mayoría de proyectos.
4. Para una actividad de desarrollo dada, debe haber una masa crítica de personal de comunicación, recursos y equipos, por debajo de la cual se puede esperar poco o ningún impacto. Por lo tanto, es necesario que la escala de los insumos de comunicación se ajuste cuidadosamente a las necesidades de la acción de desarrollo. No deben ser insumos simbólicos, como sucede a menudo, independientemente del alcance y la importancia de la tarea de comunicación que habrá de realizarse.
5. Especialmente entre los más pobres de los pobres, es esencial un enfoque holístico que abarque los aspectos multifacéticos de la vida en las zonas rurales y, por lo tanto, que aborde no sólo la producción agrícola, sino también asuntos como la salud, el hábitat y la nutrición.

También salió a la luz que existen ciertos factores esenciales a nivel nacional que determinan el éxito de la comunicación para el desarrollo, a saber:

1. Un uso estratégico de la comunicación para el desarrollo necesita que se formulen políticas a su favor, seguidas de un apoyo sostenido del gobierno.
2. Una decisión del gobierno ampliamente favorable a la comunicación para el desarrollo rural, valiéndose de todas las infraestructuras de medios a su disposición de manera orquestada, generalmente dará mejores resultados que la concentración en un solo medio, como, por ejemplo, la radiodifusión.
3. El tema de los recursos humanos nacionales es crucial, y hay tres criterios para determinar los requisitos del personal de la comunicación para el desarrollo, al igual que en cualquier otra actividad de desarrollo: la cantidad de personal, la calidad del personal y su permanencia en la tarea.

A juicio de los expertos, incluso cuando todos los factores anteriores hayan sido tomados en consideración, permanece como común denominador para el éxito de un programa de comunicación para el desarrollo «una estrategia clara y una gestión rigurosa».

La Consulta presentó una serie de recomendaciones a la FAO y a sus gobiernos miembro para mejorar la planificación e implementación de las actividades de comunicación de apoyo al desarrollo. Éstas servirán de guía para reorientar la labor de la Sección de Comunicación de Apoyo al Desarrollo y su ayuda a los gobiernos miembro.

La Consulta recomendó a los gobiernos reconocer más plenamente que el desarrollo se funda principalmente en el cambio voluntario de las personas y que la comunicación puede llevar a que los análisis situacionales y las investigaciones y pruebas participativas sean los correctos y necesarios para asegurar que las actividades estén orientadas a las personas y respondan a sus necesidades reales. Se les pidió a los gobiernos que consideren establecer unidades funcionales de comunicación de apoyo al desarrollo para el desarrollo rural y, en vista del papel crucial desempeñado por la comunicación en la transformación social y económica de las sociedades rurales, la Consulta recomendó que los gobiernos consideren asignar presupuestos apropiados a la comunicación para el desarrollo.

Las recomendaciones hechas a la FAO incluyeron la necesidad de dar más orientación e información sobre la comunicación para el desarrollo a las misiones y al personal de programación de campo a fin de asegurar que la comunicación de apoyo al desarrollo se incorpore en el ciclo de programación desde la concepción de los proyectos y a todo lo largo de su implementación. La Sección de Comunicación de Apoyo al Desarrollo de la FAO debe prestar más atención a la planificación y desarrollo de sistemas y estrategias de comunicación rural integrados, contrariamente a los enfoques en medios individuales adoptados en el pasado. Se resaltó la necesidad de capacitar en materia de comunicación al personal nacional en todos los niveles, y los participantes a la reunión recomendaron que la Sección de comunicación de apoyo al desarrollo reorientara sus actividades hacia el fortalecimiento de sus funciones de capacitación. Se debería proponer a las instituciones educativas nacionales elaborar sus programas de estudios en el área de planificación y gestión de la comunicación para el desarrollo. En el campo de la investigación y evaluación, la Sección debería continuar documentando las experiencias exitosas y no exitosas, especialmente de carácter innovador, y poner los resultados a disposición de los gobiernos para ayudarlos en la planificación y gestión futura de las actividades de comunicación de apoyo al desarrollo.

Además de servir de base para un replanteamiento de la orientación de la FAO respecto de la comunicación de apoyo al desarrollo, las conclusiones de la Consulta de Expertos ya han suscitado un interés considerable entre los gobiernos, instituciones y organismos internacionales que se ocupan de la comunicación rural. Los hallazgos de la reunión celebrada en Roma están por ende contribuyendo a una mejor definición del papel de la comunicación en el desarrollo rural, además de proporcionar lineamientos para mejorar las políticas y programas de comunicación.

A manera de conclusión

Este texto refleja el Informe de la Consulta de Expertos sobre Comunicación de Apoyo al Desarrollo, realizada por la FAO en Roma, entre el 8 y el 11 de junio de 1987.

El material de consulta incluyó siete estudios de caso elaborados especialmente:

1. *Perspectivas sobre la comunicación para el desarrollo rural.* Este documento esboza el desarrollo conceptual e histórico de la comunicación de apoyo al desarrollo y describe sus áreas de operación, diseminación de información y motivación, desarrollo comunitario participativo, capacitación para productores rurales y trabajadores de campo, y comunicación para la gestión institucional. Detalla luego los distintos tipos de medios y sus ventajas y desventajas, y traza la relación entre los medios y la comunicación interpersonal.
2. *La radio rural en Mauritania.* Éste es un estudio de caso de un proyecto innovador de radiodifusión rural realizado en Mauritania. Su principio rector fue promover la mayor participación posible de la población rural en la producción de la programación. Se llevó a cabo mediante horas de grabaciones con los pobladores rurales en sus aldeas. El equipo de la radio rural promovió y participó en las festividades locales y organizó cuestionarios y competencias de elocuencia sobre una variedad de temas de importancia para la población rural.
3. *Un nuevo enfoque para la comunicación rural: la experiencia peruana en vídeo para la capacitación campesina.* A partir de 1974, con el apoyo de PNUD/FAO, se creó en Perú una institución nacional denominada el Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación (CESPAC), que proponía el uso sistemático de vídeo en la diseminación intensificada de información y capacitación entre la población campesina. CESPAC es muy conocida por ser la primera iniciativa a partir de la cual se elaboró una metodología de capacitación campesina basada en vídeo, respaldada por materiales impresos simples y trabajo práctico. Este estudio de caso traza la historia de CESPAC hasta 1986, cuando cesó la ayuda internacional para el proyecto.
4. *Un sistema de comunicación rural para el desarrollo en los humedales tropicales de México.* Los humedales tropicales de México ofrecen un potencial todavía desaprovechado de desarrollo agrícola y económico. Después de varios contratiempos graves y costosos que enfrentaron las intervenciones de desarrollo en las últimas décadas —causados casi exclusivamente por no lograr la participación positiva de la población local— se adoptó un nuevo planteamiento a mediados de la década de 1970 a través de un programa conocido como Programa de Desarrollo Rural Integrado del Trópico Húmedo (PRODERITH), que cuenta con el apoyo del Banco Mundial y la FAO. El nuevo planteamiento incorpora actividades intensivas de comunicación mediante una variedad de medios, pero principalmente vídeo, para apoyar la planificación del desarrollo participativo con las comunidades locales, la capacitación y la comunicación institucional.
5. *El paradigma de la comunicación en el desarrollo: de la transferencia de conocimientos a la participación comunitaria – lecciones del Grameen Bank, Bangladesh.* Este estudio de caso describe detalladamente el uso planificado y cuidadoso de la comunicación interpersonal y el trabajo en grupo como parte del desarrollo de un programa de crédito para pequeños agricultores extraordinariamente exitoso en Bangladesh. Ofrece perspectivas sobre la evolución de la comunicación para el desarrollo, sobre la comunicación como parte integral de la participación y la creación de una confianza mutua, y sobre las limitaciones que encontraron en el pasado los enfoques basados en los medios.
6. *Filminas usadas en trabajos de extensión y capacitación – Burkina Faso.* FAO/comunicación de apoyo al desarrollo produjo una serie de 11 filminas en Burkina Faso sobre el tema de la tracción animal, para la que hay un importante programa de desarrollo en el país. También se organizaron algunos cursos de capacitación para los agentes de extensión sobre el uso de las filminas en el trabajo. Este estudio de caso es una indagación, tras algunos años, del uso que se le está dando a los materiales, lo apropiado que los agentes de desarrollo de campo consideran que son, las ventajas y problemas de usarlos, y la reacción a ellos demostrada por los campesinos.
7. *Educación por medio del entretenimiento: la telenovela de la BBC "The Archers, an everyday story of country folk". The Archers* es la serie de radio de más larga duración en el mundo. Hoy, muchos oyentes no saben que empezó como un vehículo para ayudar a transformar el retraso en que se encontraba el sector agrícola británico después de la Segunda Guerra Mundial y que desempeñó un papel importante en esa transformación. Basado en una monografía del fundador de *The Archers*, este estudio de caso describe el razonamiento detrás de la serie, las habilidades y métodos usados en su producción, y el impacto extraordinario que tuvo. Por último, el estudio aborda el tema de la posible utilidad actual de este tipo de enfoque en países del Tercer Mundo.

Comunicación y desarrollo: un marco de análisis

Hamid Mowlana y Laurie J. Wilson

Todo debate sobre la comunicación y el desarrollo debería empezar por un análisis más básico no sólo de la relación entre los dos componentes, sino también, y más importante aún, de sus significados conceptuales distintos. En resumen, no se puede hablar sobre la interacción de la comunicación y el desarrollo sin comprender la naturaleza de los conceptos mismos. Desafortunadamente, en el curso de las últimas cuatro décadas, como los términos han sido profusamente utilizados en la literatura académica y en los círculos de elaboración de políticas, no han sido analizados sistemática y críticamente.

No se quiere sugerir con esto que la superposición de la comunicación y el desarrollo no se haya estudiado críticamente. Por el contrario, hay una serie de monografías y ensayos altamente críticos y analíticos que han examinado la literatura actual sobre la comunicación y el desarrollo. Lo que hace falta es un análisis histórico y evolutivo de los conceptos empleados, así como un tratamiento sistemático de la relación entre la comunicación y el desarrollo en su contexto sociológico, epistemológico y metodológico. Nuestro propósito es examinar el crecimiento histórico del término "desarrollo", analizar la noción de la comunicación y las comunicaciones y examinar la utilidad del término "desarrollo" estudiando una serie de procesos sociales que si bien previamente han sido definidos de manera diferente, ahora están comúnmente incluidos en la definición de desarrollo.

Balit, Silvia. (1988). "Rethinking Development Communication" en *Development Communication Report (DCR)*, 62. Academy for Educational Development (AED). Reproducción autorizada por la AED.

El crecimiento histórico del término "desarrollo"

El papel de la comunicación en general, y de la tecnología de los medios masivos en particular, en el proceso de cambio social, crecimiento económico y agitación política en los países llamados menos industrializados y en vías de desarrollo ya se estudiaba en el siglo XIX. Más aún, un examen de los acontecimientos en el Medio Oriente, América Latina y Asia durante el siglo XX muestra cómo se han mezclado directamente las instituciones de comunicación antiguas y nuevas en el proceso de consolidación nacional. Hasta se podría decir que en muchos de estos países ha habido una relación directa entre la prensa y la revolución, las telecomunicaciones y la modernización, y las instituciones tradicionales y la revolución.

Sin embargo, el uso generalizado de "desarrollo" como marco conceptual para una serie de cambios individuales, institucionales, nacionales e internacionales, y de "progreso" fue un fenómeno posterior a la Segunda Guerra Mundial. En la década de 1940, y especialmente en las décadas de 1950 y 1960, el término "desarrollo" se volvió sinónimo de crecimiento, modernización, cambio, democracia, productividad, industrialización y otros tantos cambios históricos occidentales similares. Inicialmente popularizado por (y entre) los académicos y los responsables de formular políticas estadounidenses, e introducido poco después en Europa y los países menos industrializados del mundo, el término "desarrollo" adquirió importancia en las organizaciones internacionales, pese a su significado poco definido y menos aún reconocido universalmente.

"Desarrollo" se había convertido en un término legítimo y conveniente en el que podían converger una serie de intereses distintos de investigación. En Estados Unidos los estudios sobre el desarrollo se ampliaron a consecuencia de una diversidad de proyectos académicos en las áreas de política, economía, antropología cultural, sociología rural, relaciones internacionales y comunicación internacional. De hecho, un estudio encontró que comunicación y desarrollo era el área de mayor crecimiento en la investigación académica debido a la cantidad de estudios orientados a la comunicación, que abordaban problemas internacionales (Mowlana 1973).

Más aún, el estudio encontró que la cantidad de investigación sobre el desarrollo y la comunicación en áreas culturales y geográficas específicas correspondía aproximadamente al nivel de presencia política de Estados Unidos en esas zonas, lo cual también parecía influir en gran medida en los estudios nacionales que se emprendían y en las obras extranjeras que se traducían. En resumen, hacia comienzos de la década de 1960, el desarrollo como campo de indagación académica y social había experimentado un crecimiento extraordinario bajo la influencia del paradigma de modernización imperante, con un gran énfasis en los factores económicos, tecnológicos e institucionales.

En el contexto de la comunicación y el desarrollo, la popularidad y la diversidad del uso de la comunicación en las actividades relativas a este último, especialmente durante la década pasada, han añadido una mayor complejidad al asunto. En las etapas iniciales de la convergencia, el término "comunicación" se usaba para referirse a las tecnologías de comunicación, especialmente los medios masivos y una variedad de actividades periodísticas. Pero, con la revolución de las comunicaciones, y especialmente con la expansión de los satélites y las computadoras, incluso el sentido tecnológico de la comunicación se ha ampliado hasta abarcar todo, desde el uso de la prensa hasta los complejos equipos electrónicos y espaciales. A la vez, se ha reconocido que no puede existir un análisis de la comunicación si no se toman en cuenta las complejas redes de comunicación humana, interpersonal y grupal. A diferencia de las décadas anteriores, la tendencia ahora es ver a la comunicación como un todo complejo, en el que las dimensiones humanas y tecnológicas deben considerarse conjuntamente.

El significado de desarrollo

"Desarrollo", como concepto, fue introducido por Ibn Khaldun (1332-1406), un pensador social islámico en su *Muqaddimah: An Introduction to History*. Ibn Khaldun (1967), considerado el fundador de la sociología y la demografía por algunos, usaba el término *Ilm-al-Umran* para describir una nueva ciencia del desarrollo de la sociedad; es decir, la sociología. Su trabajo respecto de esta nueva ciencia era básicamente un paradigma y una metodología de la sociología. El concepto de desarrollo se usaba para considerar las causas básicas de la evolución histórica, causas que para Ibn Khaldun radicaban en las estructuras económicas y sociales de las sociedades.

Durante aproximadamente dos siglos, la obra de Ibn Khaldun siguió siendo el análisis más integral del desarrollo social y la organización social. A partir del siglo XVII y durante los siglos XIX y XX, los filósofos, pensadores sociales, economistas y sociólogos europeos prestaron particular atención al concepto amplio del desarrollo en cuanto a la transformación de una sociedad rural, comunitaria y agraria al sistema urbano, racional, contractual e industrial del estado-nación. Mientras que Ferdinand Toennies (1940) hablaba de *Gemeinschaft* (relaciones comunitarias basadas en la asociación tradicional) y *Gesellschaft* (asociaciones contractuales basadas en relaciones racionalmente establecidas) y George Simme1(Wolff 1950) de comunidades rurales y urbanas, Auguste Comte (Martineau 1896) resaltaba las sociedades estáticas frente a las dinámicas, y tanto Max Weber (1930, 1947) como Emile Durkheim (1933) propusieron una perspectiva más detallada y optimista del desarrollo societal, argumentando que la división del trabajo y las relaciones societales son las bases de la solidaridad orgánica en la sociedad moderna.

El proceso de desarrollo societal como actividad económica fue estudiado por Adam Smith (1937), David Ricardo (Sraffa 1951) y Karl Marx (1959), seguidos de una plétora de pensadores económicos, tales como Robert Owen y Pierre Joseph Proudhon.[1] Mientras que los mercantilistas de los siglos XV y XVI actuaban sobre la base de conceptos pragmáticos de la formación de capital y la riqueza, los liberales clásicos convirtieron estos conceptos en economía política clásica, abogando por la acumulación de capital como la base de la expansión económica y, por consiguiente, del desarrollo societal. Fue Karl Marx quien trascendió el pensamiento tanto de los socialistas utópicos como de los economistas liberales clásicos e ideó una teoría de la plusvalía y una síntesis de la economía y la política que ofrecía una teoría global del desarrollo societal basada en el materialismo dialéctico y la lucha de clases.

Pese a la prominencia del concepto de desarrollo societal en la obra de estos teóricos, desde comienzos de este siglo hasta el final de la Segunda Guerra Mundial, el "desarrollo" como concepto que abarca toda la transformación y crecimiento de la sociedad no se usó sistemáticamente en la literatura salvo en relación con la medición y el crecimiento económico e industrial. No obstante, las teorías occidentales de desarrollo humano, tanto liberales democráticas como marxistas, provenían del supuesto compartido de que el desarrollo de las sociedades requiere que la organización económica y social moderna sustituya a las estructuras tradicionales. Adoptado firmemente en Europa y Norteamérica, y difundido entre las elites de los países menos industrializados, este supuesto incluía, entre otros, la industrialización de la economía, la secularización del pensamiento y la personalidad, y la modernización inspirada en alguna variedad de capitalismo, socialismo, liberalismo, comunismo, "reforma" o "revolución".

En la mayoría de los casos, este "desarrollo" implicaba una "occidentalización" o una "europeización". A medida que el término "desarrollo" adquirió mayor popularidad en las primeras décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, la descripción etnocéntrica de la mayoría de la población y las sociedades del mundo como "atrasada" fue reemplazada

gradualmente por los adjetivos más respetables de "subdesarrollados" y "en vías de desarrollo".

Durante las últimas cuatro décadas, pero especialmente en la de 1960, en mucho de lo escrito por los teóricos, tanto de las escuelas ortodoxas como de las radicales, se usa el término "desarrollo" para explicar una gama enorme de fenómenos políticos, económicos, sociales, psicológicos, culturales y ecológicos en casi todos los niveles de la actividad humana. Este uso irrestricto ha conducido a un cierto fetichismo del desarrollo y a un desarrollismo en los que el término ha perdido su significado anteriormente identificable, así como su referencia intelectual específica. Esta plétora de aplicaciones vuelve la tarea de análisis abrumadora y difícil para cualquiera que trate de trazar los límites del campo.

De la "modernización" a la "dependencia" y más allá

Desarrollo como proceso, como concepto genérico y como concepto que se refiere a varios fenómenos evolutivos o revolucionarios específicos, se ha usado desde la Segunda Guerra Mundial para describir cuatro tipos amplios de fenómenos:

1. Modernización, nacionalismo y desarrollo político.
2. Desarrollo económico y difusión tecnológica.
3. Imperialismo y subdesarrollo.
4. Revolución, liberación y desarrollo humano.

Durante las décadas de 1950 y 1960, la modernización, el nacionalismo y el desarrollo político eran los planteamientos predominantes respecto del desarrollo y la consolidación nacional, especialmente entre los científicos sociales, los sociólogos y los psicólogos sociales en EE.UU.

Entre los estudios iniciales, la obra de Lerner (1958) sobre la teoría de la modernización es probablemente la más importante e influyente, ya que representa el primer intento de formular un modelo universal de modernización por medio de estudios transnacionales. Lerner elaboró una teoría general de la modernización basada en un "sistema conductual" de un estilo de vida interactivo, y luego lo puso a prueba mediante encuestas y trabajo de campo en varios países del Medio Oriente. El trabajo de Lerner estudia principalmente la manera en que las sociedades pasan de etapas tradicionales a transicionales y finalmente logran la modernidad, y cómo se puede comunicar esa modernidad. La modernidad se define como un estilo de vida participativo: la sociedad moderna es una sociedad participativa. Las características de una sociedad participativa son las que se encuentran en occidente, donde la gente asiste a la escuela, lee periódicos, recibe una remuneración monetaria por su trabajo, compra productos, vota y opina sobre una variedad de temas. El modelo occidental de transición a la sociedad moderna consiste, según Lerner, de cuatro fases secuenciales: urbanización, alfabetización, exposición a los medios, que llevan finalmente a la integración en la sociedad moderna participativa que, a su vez, resulta en el desarrollo económico y político.

El trabajo de Lerner respecto del desarrollo y su teoría de la modernización ejerció una gran influencia en los estudios de los sociólogos estadounidenses interesados en el proceso de cambio social en los países en vías de desarrollo. La definición de modernización y desarrollo de Everett M. Rogers es un ejemplo. Según Rogers y Schoemaker (1971), el desarrollo es «un tipo de cambio social en el que se introducen ideas nuevas en un sistema social para producir niveles de vida y de ingresos más altos per cápita por medio de métodos más modernos de producción y una mejor organización social». Por tanto, el desarrollo se definía como una «modernización a nivel de los sistemas sociales».

Desde una perspectiva económica y tecnológica, el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, y especialmente las décadas de 1950 y 1960, fue una época en la que el desarrollo se consideraba sinónimo de crecimiento económico medido en términos agregados, una perspectiva a la que muchos adhieren todavía.

Una de las perspectivas del desarrollo más influyentes —y ahora preponderantemente ortodoxa— es la teoría del crecimiento económico de Rostow (1960), que concebía el crecimiento en cinco etapas: (1) sociedad tradicional; (2) la condición previa al despegue en la que se cumplían ciertos requisitos; (3) la etapa de despegue; (4) el impulso y el ascenso a la madurez; y, por último, (5) un alto nivel de consumo masivo. Este «manifiesto no comunista» se basaba en la convicción de que un aumento constante de los ingresos per cápita, especialmente durante la etapa de "despegue", por medio del mecanismo de ahorro e inversión y el surgimiento de un marco político y social capaz de explotar el impulso de expansión, reafirmaría el "camino a la madurez", teniendo como resultado el desarrollo.

Hacia mediados de la década de 1960, muchos economistas, científicos sociales, sociólogos y antropólogos —sin minimizar la importancia de los obstáculos económicos y políticos más evidentes y ampliamente reconocidos, y la insuficiencia de muchas instituciones gubernamentales, legales, sociales y culturales— sugirieron que la forma de pensar de la población de los países en vías de desarrollo y sus filosofías culturales y sociales podrían dotar de significados diferentes al desarrollo e incidir en las perspectivas no sólo de crecimiento económico, sino también de todas las esferas del desarrollo societal (Mowlana 1967). Uno de los economistas que descartó las teorías económicas del desarrollo y buscó explicaciones plausibles del desarrollo fuera de su disciplina fue Everett Hagen (1962). Su noción de la "sociedad tradicional" ideal postulaba que el comportamiento se rige por la costumbre, no la ley, y que en una sociedad así, la posición individual normalmente se hereda, no se logra. Por consiguiente, la productividad económica es baja.

David McClelland (1961, 1971) elaboró una teoría similar, cuyo concepto de la sociedad lograda se basa en la premisa de que una sociedad con un alto nivel general de "expectativas" producirá más emprendedores que, a su vez, producirán un desarrollo económico más rápido. Al igual que Hagen, McClelland estudió las fuentes de las "expectativas" en las técnicas de crianza de los niños. Abogaba no sólo por la modificación de los patrones de socialización de los niños, sino también por el desarrollo de la motivación, mediante técnicas educativas, para "triunfar".

Durante el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, y especialmente en las últimas dos décadas, el tema del desarrollo se ha debatido en el marco más amplio de las teorías del imperialismo y el subdesarrollo, que incluyen perspectivas tanto marxistas como no marxistas. Las tradiciones intelectuales y de las políticas en este campo también se vieron estimuladas por el hecho de que los enfoques tradicionales del desarrollo, tal como se aplicaban en los países en vías de desarrollo, no habían tenido éxito, y el concepto de la dependencia de los países menos desarrollados, subordinados al mundo industrializado desarrollado, empezó a encontrar aceptación y visibilidad en el debate. Hacia las décadas de 1950 y 1960, se plantearon dos proposiciones importantes respecto del desarrollo y el imperialismo. Una era el concepto de neocolonialismo presentado por los líderes del Tercer Mundo a mediados de la década de 1950, que alegaba que los países en vías de desarrollo y los territorios anteriormente coloniales eran explotados indirectamente por relaciones comerciales y políticas no equitativas (Baran 1957). La segunda —originada en la corriente de pensamiento de la dependencia, propugnada principalmente por autores latinoamericanos y apoyada por sus pares norteamericanos en la década de 1960— sostenía que el desarrollo y el subdesarrollo eran procesos interconectados y continuos: dos caras de una misma moneda (Dos Santos 1970, Cardoso 1974, Furtado 1963/1964, Sunkel 1972, Chilcote 1974).

Pese al entusiasmo expresado por los defensores, teóricos y planificadores de las teorías ortodoxas del desarrollo, hacia la década de 1960 y comienzos de la de 1970 ya era evidente que sus filosofías y estrategias no habían logrado las metas deseadas o, en el caso de implementaciones exitosas, se estaban volviendo disfuncionales, lo que generó críticas severas tanto desde dentro como desde fuera del sistema. Fue el inicio de lo que se podría llamar una nueva ola, y una corriente continúa de críticas, rebelión, protesta, revolución, autoevaluación y una búsqueda de alternativas que alcanzó su etapa más crucial a fines de la década de 1970.

Durante las últimas dos décadas, los aportes al nuevo significado del desarrollo han provenido de corrientes de pensamiento, zonas geográficas y personalidades diversas y variadas. Incluyen la respuesta islámica del Ayatollah Ruhollah Khomeini (1979), Algar (1982), su discípulo Murtaza Mutahhari (1980) y el sociólogo iraní Ali Shari'ati (1979, 1980); el discurso latinoamericano de autores como Paulo Freire (1968, 1970) y Gustavo Gutiérrez (1970); el reto africano de Frantz Fanon (1967, 1968); y, Julius K. Nyerere (1968), entre varios otros. El nuevo concepto resalta no sólo los valores tradicionales y culturales, sino también la autosuficiencia, las iniciativas de las bases y, sobre todo, una ideología propia, independiente del liberalismo y el marxismo tradicionales.

El significado de la comunicación

Es paradójico que muchos de los libros, monografías y artículos respecto de la comunicación y el desarrollo contengan capítulos sobre la definición del desarrollo, pero no hagan ningún intento de definir lo que significa el término "comunicación" o "comunicaciones", tal como se usa actualmente en la literatura sobre el tema. No obstante, un repaso de la misma demuestra que casi todos los autores en este campo continúan usando el término como si supieran exactamente qué significa y como si los demás estuvieran familiarizados con él (Platt 1955, Thayer 1983, Minter 1968).

Se debe señalar que si bien ha habido intentos emprendidos por algunos teóricos de la comunicación de llegar a una sola definición universalmente aceptable de la comunicación, estos más bien han fracasado. Varios autores han añadido o resaltado distintas dimensiones de la comunicación en su trabajo, pero han sido las dimensiones tecnológicas y cuantitativas de la comunicación donde los académicos y los responsables de formular políticas han puesto el mayor acento en las últimas décadas. La noción de que la comunicación es un medio o un proceso para transmitir ideas o información se basa en el supuesto de que la comunicación es algo que uno hace, más que algo que ocurre.

A manera de reto a estas perspectivas algo ortodoxas de la comunicación, se podría hablar de la llamada "era de la información", en la que las comunicaciones individuales, grupales, nacionales e internacionales están empezando a ser vistas no sólo como desarrollo de *hardware* y *software*, sino también —y más importante aún— como desarrollo conductual y social. El énfasis, en este caso, está puesto en la comunicación como proceso y no en la comunicación como un medio (Mowlana 1985a, 1985b).

Además, reconocemos la necesidad de desplazar el acento que se ha puesto en el análisis de los sistemas de comunicación de una preocupación centrada exclusivamente en el origen y el contenido de los mensajes, al análisis del proceso de distribución de mensajes. Por lo tanto, la comunicación se define aquí como una interacción social por medio de mensajes tanto humanos como tecnológicos. De modo que el acto de la comunicación, a nivel societal, nacional o internacional, se puede explicar como sigue: ¿(1) quién produce y (2) quién distribuye (3) qué (4) a quién (5) por qué canales (6) bajo qué condiciones (valores) (7) con qué intención (propósito) (8) bajo qué economía política y (9) con qué efecto? (Mowlana 1987).

En resumen, el debate de las últimas dos décadas ha dejado en claro que: (1) la comunicación, aunque vital, es un componente mucho más complejo del "desarrollo" que lo que se pensaba originalmente, y no se puede separar de sus contextos sociales y culturales; y, (2) el concepto mismo de "desarrollo" todavía no está completamente asentado y sigue vinculado a una serie de valores menos universales y más ligados a la cultura.

Notas

1 Proudhon fue la principal figura del socialismo francés de mediados de la década de 1850 y el autor de *Philosophy of Poverty*. Marx atacó la economía política de Proudhon en su *The Poverty of Philosophy*, que escribió mientras se encontraba exiliado en París.

Bibliografía citada

ALGAR, ARND (1982). *Islam and Revolution: Extracts From the Writings and Declarations of Iman Khomeini*. Berkeley, California, Mizan Press.

Baran, Paul A. (1957). *The Political Economy of Growth*. New York, Monthly Review Press.

Cardoso, Fernando Henrique (1974). "Dependency and Development in Latin America" en *New Left Review*, July-August.

Chilcote, Ronald H. (1974). "Dependency: A Critical Synthesis of the Literature" en *Latin American Perspectives*, I, Fall.

Dos Santos, Theotonio (1970). "The Structure of Dependency" en *American Economic Review*, May.

Durkheim, Emile (1933). *The Division of Labor in Society*. Illinois, Free Press.

Fanon, Frantz (1967). *The Wretched of the Earth*. Harmondsworth, England, Penguin Books.

Fanon, Frantz (1968). *Black Skin, White Marks*. London, Maç-Gibbon and Kee.

Freire, Paulo (1968). *The Pedagogy of the Oppressed*. New York, Seabury Press.

Freire, Paulo (1970). *Cultural Action for Freedom*. London, Penguin Books.

Furtado, Celso (1963). *Economic Growth of Brazil: A Survey From Colonial to Modern Times*. Berkeley, California, University of California Press.

Furtado, Celso (1964). *Development and Underdevelopment*. University of California Press.

Gutiérrez Merino, Gustavo (1970). "Notes for a Theology of Liberation" en *Theological Studies*, 31, June.

Hagen, Everett E. (1962). *On the Theory of Social Change: How Economic Growth Begins*. Homewood, Illinois, Dorsey Press.

Khaldun, Ibn (1967) *The Muqaddimah: An Introduction to History*. London, Routledge and Kegan Paul.

Khomeini, Ayatollah Ruhollah al-Moosani (1979). *Hokumat-e Islam*. Teherán, Sadra Publications.

Lerner, Daniel (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. Glencoe, Illinois Free Press.

Martineau, Harriet (1896). *The Positive Philosophy of August Comte*. London, Bell.

Marx, Karl (1959). *Capital*. Moscow, Foreign Languages Publishing House.

McClelland, David C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, Toronto, London, New York, D. Van Nostrand Company.

McClelland, David y Winter, David (1971). *Motivating Economic Achievement*. New York, The Free Press.

Minter, Robert L. (1968). "A Donative and Connotative Study in Communication" en *Journal of Communication*, 18.

Mowlana, Hamid (1985a). *Global Information and World Communication: New Frontiers in International Relations*. White Plains, N. Y., Longman.

Mowlana, Hamid (1985b). "International Flow of Information: A Global Report and Analysis" en *Reports and Papers on Mass Communication*, Nº 99. Paris, UNESCO.

Mowlana, Hamid (1967). "Capital Formation in the Middle East: A Study of Human Factors in Economic Development" en *Tennessee Survey of Business*, Vol. III, Nº 1, September. University of Tennessee, Center for Business and Economic Research.

Mowlana, Hamid (1973). "Trends in Research on International Communication in the United States" en *Gazette*, International Journal for Mass Communication Studies, Vol. XIX, Nº 2.

Mowlana, Hamid (1987). "Mass Media and Culture: Toward an Integrated Theory" en *Religious Education*, 82.

Mutahhari, Murtaza (1983-1984). "Sociology of the Qur'an: The Islamic View of History" en *Al-Tawhid: A Quarterly Journal of Islamic Thought and Culture*, Vol. 1, N° 3 y 4, 1983; Vol. 1, No. 1, 1984).

Nyerere, Julius K. (1968). *Ujamaa*. Nairobi, Kenya, Oxford University Press.

Platt, James H. (1955). "What Do We Mean 'Communication'?" en *Journal of Communication* 5, Spring.

Rogers, E. M. y Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*. New York, The Free Press.

Shari'ati, Ali (1979). *On the Sociology of Islam*. Berkeley, California, Mizan Press.

Shari'ati, Ali (1980). *Marxism and Other Western Fallacies*. Berkeley, California, Mizan Press.

Smith, Adam (1937). *The Wealth of Nations*. New York, The Modern Library, Random House.

Sraffa, Piero (1951). *Works and Correspondence of David Ricardo*. Cambridge, England, Cambridge University Press.

Sunkel, Oswaldo (1972). "Big Business and *Dependencia*" en *Foreign Affairs*, April.

Thayer, Lee O. (1983). "On Theory Building in Communication: Some Conceptual Problems" en *Journal of Communication*, Summer.

Toennies, Ferdinand (1940). *Gemeinschaft and Gesellschaft*. New York, American Books.

Rostow, W. W. (1960). *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto*. Cambridge, England, Cambridge University Press.

Weber, Max (1930). *The Protestant Ethic and Spirit of Capitalism*. New York, Scribner.

Weber, Max (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York, Oxford University Press.

Wolff, Kurt (1950). *The Sociology of George Simmel*. New York, The Free Press.

Mowlana, Hamid y Wilson, Laurie (1988). "Communication and Development: A Framework of Analysis" en *Communication Technology and Development - International Flow of News International*. Paris, UNESCO. Reproducción autorizada.

Extracto de

La "lógica" de la extensión como instrumento para inducir al cambio voluntario

Niels Röling

1988

La teoría y la práctica de la extensión han evolucionado a lo largo del tiempo. En términos generales, se ha hecho un mayor esfuerzo por refinar la práctica que la teoría. En ese sentido, suele parecer que la ciencia de la extensión se adecua a la aplicación práctica en lugar de guiarla. De hecho, el campo de la extensión es una disciplina humana que se caracteriza por la confusión intelectual. Este trabajo busca poner esta confusión al descubierto, exponer la lógica de la extensión y considerar las bases y consecuencias teóricas de la aparente contradicción inherente a la teoría y la práctica de la extensión.

El concepto

El término extensión —como concepto y el uso que se le da— es poco práctico e impreciso. El concepto abarca muchas actividades y se le ha dado muchos significados. Van den Ban (1985) ha señalado que en el Reino Unido, Alemania y Escandinavia el enfoque está puesto en la "asesoría" por ejemplo para resolver problemas específicos, mientras que en la tradición estadounidense se utiliza el término "educación de extensión" para destacar que se refiere a una actividad educativa que buscar enseñarle a la gente a resolver problemas mediante la "extensión" de información. En los Países Bajos usamos *voorlichting*, que significa poner una luz delante de alguien para que pueda ver el camino, mientras que en Francia el término *vulgarisation* indica que la extensión es una cuestión de simplificar la información para que el "vulgo" o la gente común puedan entenderla. Las reacciones contra la connotación vertical de esta definición (por ejemplo, Freire, 1973) han resultado en muchos "contra-términos", tales como "animación", "movilización" y "concientización". En consecuencia, es difícil traducir textos sobre la extensión de un idioma a otro. Un experto de Camerún, que se desenvuelve bien en francés y en inglés, comentó alguna vez que había que saber inglés para entender un folleto escrito en francés, destinado a participantes franceses de un curso sobre extensión (Tolen 1985, comunicación personal). Debido a esta confusión, la extensión nunca ha establecido como una clasificación internacional las publicaciones sobre extensión en los catálogos de biblioteca (Van Dissel 1986). A su vez, la falta de acceso a materiales de consulta dificulta el desarrollo de la profesión y la ciencia.

El cambio voluntario como una condición para el impacto

1988

Niels Röling

Extracto de *La "lógica" de la extensión como instrumento para inducir al cambio voluntario*

Cuando la comunicación es el instrumento que se utiliza para inducir el cambio, su impacto se limita a inducir el cambio voluntario (a menos que se tengan otras fuentes de poder para coaccionar a las personas a obedecer). Es por ello que las definiciones de extensión enfatizan que su eficacia depende de la disposición de la gente a ser persuadida, o de la medida en que perciba que la extensión es útil para sus propios intereses. Van den Ban (1985) ha definido la extensión como «una asistencia intencionada para la toma de decisiones y la formación de opiniones». Sin embargo, esta definición no especifica si esta "asistencia" es una opción normativa o una característica inherente al uso de la comunicación como herramienta para inducir el cambio.

Ciertamente, es una característica inherente a la lógica de la extensión. Quien quiera que intervenga a través de la comunicación sólo puede ser eficaz en la medida en que pueda inducir el cambio voluntario. Esta afirmación es válida aun si uno interviene por interés propio y sin la menor intención de "asistir". La lógica de la extensión requiere que uno busque inducir el cambio voluntario. La extensión no es una herramienta que pueda obligar a las personas a hacer las cosas contra su voluntad, por más que uno quiera hacerlo.

Para interpretar los dos párrafos anteriores es necesario distinguir claramente entre:

1) el requisito inherente de que el instrumento se enfoque en el cambio voluntario; y,
2) la opción intencional del sujeto interventor de usar la intervención para asistir a sus clientes en lograr sus objetivos.

Mi experiencia es que las personas, sobre todo los alumnos, tienden a destinar un tiempo considerable a debatir los aspectos morales y éticos de la extensión; por ejemplo, el derecho a intervenir, en qué medida la extensión es una manipulación, etc., y muy poco a considerar la lógica del instrumento y el margen para la manipulación que le deja a quien interviene. Todos los debates éticos dan por sentado que la extensión es un instrumento muy poderoso, cuando en realidad no lo es. No es debido a su fuerza que se invierte tanto dinero en ella, sino porque es el único instrumento disponible para influir en las conductas voluntarias.

Bibliografía citada

Van den Ban, A. W. (1985). *Inleiding tot de Voorlichtingskunde*. Meppel, Netherlands, Boom.

Röling, Niels (1988) "The logic of extension as an instrument for inducing voluntary change" en *Extension Science: Information systems in agricultural development*. New York, Cambridge University Press. Reproducción autorizada por el autor.

Las diferencias terminológicas no son la única fuente de confusión acerca del concepto de "extensión". La política y otras tradiciones también han contribuido a ello. Se espera que la extensión logre distintos objetivos de acuerdo a la tradición en materia de políticas en la que opera. En la tradición conservadora, es vista como un instrumento para ayudar a la gente a elegir de manera bien pensada entre las alternativas que la extensión les ofrece. Se pone el acento en apoyar al individuo a tomar decisiones óptimas para el logro de sus propias metas. Se considera que el individuo es libre de usar la extensión o de no hacerlo. Podríamos llamarla extensión *informativa*.

En las tradiciones socialista y cristiana, la extensión es vista como un instrumento de emancipación y superación de los pobres: una «pedagogía de los oprimidos», en palabras de Paulo Freire. Por lo tanto, la extensión es un instrumento para el logro de objetivos sociales y la corrección de los problemas estructurales. Podríamos llamarla extensión *emancipadora*.

En ambas tradiciones hay un énfasis considerable en el uso de la extensión para desarrollar al ser humano, "formar" o mejorar sus capacidades para la toma de decisiones, para aprender, administrar, comunicarse con los demás, analizar el entorno, ser líder, enfrentarse a la opresión, organizar, etc. Podríamos llamarla extensión *formativa* o *desarrollo de recursos humanos*.

El uso de la extensión como una de las herramientas utilizadas por las políticas para lograr objetivos sociales o beneficios colectivos ha sido adoptado por gobiernos en todos los países para inducir comportamientos preventivos respecto de la contaminación ambiental, los riesgos para la salud, el vandalismo, la seguridad vial, etc. Tales conductas preventivas están en la mira de la sociedad entera o de las generaciones futuras, pero no necesariamente de los intereses de corto plazo de los individuos, que son los destinatarios de tal extensión. Por lo tanto, podríamos llamarla extensión *persuasiva* (Van Woerkum 1982 y 1986, comunicación personal).

Pueden surgir emotivas discusiones entre las personas que aceptan la extensión como una herramienta de persuasión y las que ven en ella un instrumento para apoyar el libre albedrío de los individuos. Tales discusiones sobre los aspectos éticos de la extensión suelen generarse entre los alumnos de los cursos introductorios de extensión. Mientras discuten, tienden a no distinguir entre los objetivos y los métodos. Así, la aversión a la extensión persuasiva suele basarse en el supuesto de que es posible, en términos metodológicos, "manipular" a personas inocentes para que adopten determinadas conductas en contra de su voluntad. Como veremos ahora, estos supuestos deben por lo menos ser expuestos.

En la mayoría de países, la extensión se implementa, ante todo, como una herramienta para lograr los objetivos de las políticas; es decir, un instrumento para que los individuos se comporten de manera coadyuvante a ese propósito. La extensión agrícola es un ejemplo típico. La mayor parte de los gobiernos la usan como uno de los instrumentos para desarrollar la agroindustria, en lugar de ayudar a los campesinos. Se suele priorizar las metas de exportación, la seguridad alimentaria nacional, la disponibilidad de alimentos baratos para los trabajadores urbanos y el uso eficaz de los recursos naturales, por encima del bienestar de los campesinos. Por ejemplo, pocos gobiernos ven en la extensión una herramienta para asegurar las oportunidades de empleo en la agricultura. Si se la usa en beneficio de las familias campesinas, normalmente habrá sido implementada por organismos voluntarios que asisten a los pobres en las zonas rurales.

En los debates sobre qué es "realmente" la extensión, suele haber aún más confusión, dado que no se distinguen las prácticas vigentes de las ideales. Esta confusión es intencional en algunos casos: se dice que la extensión es en lo que uno espera que se convierta.

Una última fuente de confusión sobre el uso del término extensión es el tipo de trabajo que realizan los agentes de extensión agrícola [...] Sin embargo, esta actividad no es muy distinta de la extensión en educación en salud, nutrición, planificación familiar, del consumidor, etc.

Bibliografía citada

Freire, P. (1973). *Extension or Communicating in Education for critical Consciousness.* New York, Seaberg Press.

Van den Ban, A. W. (1985). *Inleiding tot de Voorlichtingskunde.* Meppel, Netherlands, Boom.

Van Dissel, H. (1986). Editorial en *AREX Newsletter*, 3, 1.

Röling, Niels (1988) "The logic of extension as an instrument for inducing voluntary change" en *Extension Science: Information systems in agricultural development.* New York, Cambridge University Press. Reproducción autorizada por el autor.

Complejidad social y opinión pública

Extracto de *Complejidad social e información*

Giuseppe Richeri

El grado de complejidad de los sistemas sociales contemporáneos es uno de los campos de estudio que más ha interesado a las ciencias sociales en el transcurso de los últimos años. El concepto de complejidad social se refiere sustancialmente a la diferenciación y segmentación de la sociedad en un número creciente de subsistemas, cada uno de los cuales tiende a incrementar su propia autonomía. Al incremento del grado de complejidad de la sociedad contemporánea son adjudicados diversos fenómenos entre los cuales me interesa recordar la progresiva pérdida de un horizonte común de referencia para toda la sociedad o para grandes segmentos de ésta (las clases sociales), la fragmentación del "sentido común" y la imposibilidad de representar la sociedad en su conjunto, sea a nivel cognoscitivo, o a nivel simbólico-intuitivo (Rositi 1982). La consecuencia de esto es un progresivo debilitamiento de los vínculos que ligan a cada uno de los subgrupos sociales con las normas universalmente compartidas y aceptadas, y un incremento de su autonomía respecto de un "centro superior de coordinación" (el Estado).

En síntesis, complejización de la sociedad quiere decir que el sistema social entendido en su totalidad ve aumentar sus posibilidades de acción y se abre a un mayor número de posibilidades (mayor autonomía de los subgrupos). Pero quiere decir también que los procesos de decisión se hacen más difíciles

e inciertos en un contexto que ofrece un número siempre más grande de alternativas posibles. En un contexto de este tipo, a fin de que la sociedad pueda sobrevivir, garantizándose un aceptable grado de equilibrio y organización, deben operar necesariamente *reductores de complejidad*.

Según la mayor parte de los que han estudiado profundamente el problema de la complejidad social, citando entre todos al sociólogo alemán Niklas Luhmann (1978), uno de los mecanismos fundamentales de reducción de esta complejidad es el fenómeno de la opinión pública. Esta, en este sentido, es entendida como el lugar en que se seleccionan y definen los "temas comunes relevantes" que permiten una comunicación entre los diversos sujetos (hace de regulador de la atención) al punto, en consecuencia, de unificar la atención individual y colectiva en torno a problemas comunes.

Este artículo no quiere ser una síntesis del vasto debate de las ciencias sociales en torno al tema de la complejidad social. Estas breves notas quieren hacer evidente el nexo que existe entre los problemas de la complejidad social y los procesos de producción, distribución y consumo de información que están a la base de la formación de la opinión pública.

La selección de la información

La formación de la opinión pública es reconocida como un proceso complicado y, en consecuencia, difícil de descifrar en sus componentes de base y en sus mecanismos de interacción con el cuerpo social (Bourdieu 1979, Noëlle-Neuman 1974). En un primer nivel de aproximación es universalmente reconocido el rol que en este proceso cumplen las agencias que difunden información a vastos públicos no especializados, es decir los *mass media*. Respecto del proceso de formación de la opinión pública una de las funciones centrales de los *mass media* es la de seleccionar la información a difundirse. Esta función se realiza en tres grados diferentes:

a) La selección de primer grado que consiste en la elección de los temas o eventos a los que se reconoce el "derecho" de entrar en el circuito informativo;
b) la jerarquización, o selección de segundo grado, que consiste en decidir el énfasis a dar a los temas y eventos reconocidos como idóneos para entrar en el circuito informativo (el espacio y la ubicación de la noticia al interior del repertorio de información del medio impreso, el tiempo y la sucesión de las noticias al interior del repertorio de información radiotelevisiva); y,
c) la tematización, o selección de tercer grado que consiste en especificar los mayores argumentos sobre los cuales concentrar la atención del público y en función de los cuales indicar la decisión a tomarse. Lo que distingue un tema de un evento o de un conjunto de eventos puestos a la luz es el hecho de «presentar una serie de eventos en un periodo de tiempo prolongado con el fin de hacer emerger un problema que tiene significado público y que reclama una solución o una decisión» (Rositi).

En definitiva, a través de estos tres grados de selección los *mass media* proporcionan al público el conjunto de las cuestiones relevantes y su peso específico. En la mayor parte de los países europeos el contexto de normas en el que se producía el proceso de selección de la información ha permanecido bastante estable por mucho tiempo. Este se basaba en algunos elementos esenciales:

- Pocas fuentes de conocimiento universalmente reconocidas y en grado de alcanzar a la totalidad del cuerpo social (además de la escuela, estaban el gobierno, los partidos políticos, algunas grandes instituciones sociales, algunos grandes centros económico-financieros, etc.);
- pocos objetivos esenciales de cada una de las fuentes (en general estrechamente ligados a la función técnica desarrollada);
- una situación de equilibrio entre el conocimiento distribuido a través de la interacción directa (entre el cuerpo social y los grandes aparatos institucionales como la iglesia y los partidos) y el conocimiento distribuido a través de los *mass media*; como una cierta limitación de los temas tratados por ellos (muchos de los temas referentes a la vida cotidiana circularán sólo a través de la interacción directa sin reflejarse en los *mass media*; la información especializada en economía era confinada a pocos espacios muy delimitados);
- los *mass media* eran relativamente escasos y poco diferenciados, específicamente aquellos de mayor impacto (la radio y la televisión) que eran limitados por regímenes de monopolio público. En este contexto el trabajo de selección de la información operado por los *mass media* no significaba mayores problemas. Éste podía realizarse según un procedimiento estable debido a que las fuentes eran bastante limitadas y poco dinámicas, mientras que el esquema de relaciones entre *mass media* y grupos de presión externa era bastante estático.

Bibliografía citada

Bourdieu, P. (1979). *La Distinction : Critique sociale du jugement*. Paris, Les Editions de Minuit, Prisi.

Luhmann, N. (1978). "L'opinione pubblica" en Luhmann, N. *Stato di diritto e sistema sociale*. Guida, Napoli.

Noëlle-Neumann, E. (1974). "The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion" en *Journal of Communication*, 24 (2).

Rositi, F. (1982). *Mercati di cultura*. Bari, De Donato.

Richeri, Giuseppe (1988). "Complejidad social e información" en *Diálogos de la Comunicación*, N° 21, julio. Lima. Reproducción autorizada.

Por qué la comunicación para el desarrollo rara vez funciona

Extracto de *Comunicación para el desarrollo: información, agricultura y nutrición en el Tercer Mundo*

Robert C. Hornik

En el mundo en vías de desarrollo hay varios miles de programas educativos en curso que usan tecnología de comunicación para alcanzar sus objetivos. Estos programas usan medios de comunicación de masas, tecnología de comunicación bidireccional y diversos dispositivos audiovisuales en la educación formal, la educación para adultos, campañas informativas, administración del desarrollo y todo tipo de programas de desarrollo comunitario. En vista de los datos disponibles sobre las audiencias a las que llegan, las prácticas modificadas, los beneficios obtenidos y la supervivencia institucional a largo plazo, podemos suponer que la mayoría de ellos fracasa; no han alcanzado siquiera una pequeña parte de sus metas aparentes. Nos proponemos entender estos fracasos y los pocos éxitos y, en la medida en que sea posible, identificar las circunstancias que prometen el éxito.

Siguiendo a Suchman (1967), primero dividimos las explicaciones del fracaso en dos categorías amplias: fracasos de la teoría (resultado del supuesto incorrecto de que un problema de desarrollo dado

responderá a una solución basada en la comunicación) y fracasos del programa (resultado de un proyecto diseñado o implementado inadecuadamente). También añadimos una tercera categoría: fracasos de política. Cada tipo de fracaso se introducirá y examinará a nivel general.

Fracasos de la teoría

Los proyectos basados en la tecnología de la comunicación trafican con la información. Arrojan palabras —formas de comprender, comportarse y organizar— ante los problemas del desarrollo, problemas que sustancial y contrariamente se definen como una falta de recursos: baja productividad agrícola, mala salud o nutrición o una participación desigual en los bienes de la sociedad.

Alegar que con sólo proporcionar información es posible resolver los problemas del desarrollo es dar por sentado que los recursos disponibles se están usando ineficientemente. Es aducir que se pueden obtener beneficios sustancialmente mayores de los que ya existen, si tan solo las personas o los grupos supieran organizar mejor el uso de esos recursos: habrá más productos agrícolas a consecuencia de las mejores prácticas agrícolas sin la introducción de fertilizantes costosos; se puede mejorar el estado nutricional de los bebés con mejores prácticas de alimentación y salud, aunque la familia no cuente con más alimentos y la comunidad no disponga de más instalaciones médicas. En ambos ejemplos, se asume que la conducta actual es irracional, que no está produciendo el máximo beneficio de los recursos disponibles. La gente no sabe, por eso no actúa óptimamente. Este supuesto respecto del déficit humano —de la ignorancia individual sobre cómo aprovechar al máximo los recursos disponibles—, aunque rara vez explícito, fue el eje de gran parte del ejercicio de la comunicación para el desarrollo.

No obstante, la mayoría de los académicos que han estudiado detenidamente las prácticas agrícolas o nutricionales, por ejemplo, sostienen que el supuesto de la irracionalidad es inapropiado. A menudo es inapropiado en un sentido económico: es común encontrar, por ejemplo, que los pequeños agricultores son usuarios sumamente eficientes de los recursos disponibles (Schultz 1964). Asimismo, a menudo es inapropiado en un sentido cultural: los beneficios obtenidos no se limitan a las ganancias económicas. Por ejemplo, las prácticas actuales de destete podrían reforzar valiosos lazos sociales, aunque no maximizen otras metas valiosas. En efecto, si una práctica actual es adecuada para su entorno económico y cultural, las estrategias de desarrollo que dependen enteramente del suministro de información tienen pocas posibilidades de éxito.

Esta afirmación contundente podría explicar por qué muchos proyectos fracasan, de modo que busquemos maneras de revertir esa situación. Si los proyectos basados en la comunicación son fundamentalmente proveedores de información, ¿en qué circunstancias desempeñan un papel positivo para el desarrollo? Hay cuatro perspectivas prometedoras. Las primeras dos están orientadas a situaciones en las que el comportamiento actual no es óptimo y sugieren que la comunicación puede acelerar el proceso de adaptación a un entorno distinto.

La primera perspectiva sugiere que, de hecho, existen situaciones importantes en las que el comportamiento actual no está fuertemente vinculado a una cultura o a su economía. Un entorno rápidamente cambiante puede hacer que un comportamiento anteriormente bien adaptado ya no resulte óptimo. Una población creciente supone que las tierras disponibles se deben dividir en parcelas demasiado pequeñas para la subsistencia, o puede forzar a la gente a convertirse en peones en plantaciones o migrar a las ciudades. Los cambios en los precios internacionales de los productos o en las posibilidades de distribución afectan la elección de qué cultivos sembrar y, por lo tanto, alteran los precios de los alimentos. Los disturbios nacionales, como las revoluciones, guerras o catástrofes naturales, dictan cambios rápidos en la organización social de las comunidades. En cada una de estas circunstancias, las prácticas precedentes ya no son adecuadas, y es posible que la gente esté más dispuesta a aceptar nuevas prácticas que se adapten mejor al entorno cambiante. El suministro de información en circunstancias como éstas podría encontrar terreno fértil para influir en la dirección del cambio.

Una segunda perspectiva en torno al supuesto de que el comportamiento actual está, efectivamente, bien adaptado es usar la comunicación en un programa más amplio que introduzca nuevos recursos. Su disponibilidad por sí sola supone un cambio en el entorno que antes reforzaba el comportamiento imperante. Por ejemplo, nuevos programas de crédito agrícola de bajo costo implican que los agricultores deben tomar decisiones según otros criterios y podrían valorar la información sobre cómo maximizar los beneficios en estas condiciones anteriormente desconocidas. La información también adquiere valor cuando un producto nuevo o tecnología nueva, se trate de una mezcla de leche de soya o un híbrido del maíz, se vuelve disponible. La información acerca de la naturaleza y la disponibilidad de un producto así y sus especificaciones son parte de la tarea.

Sin embargo, si la ventaja comparativa de los nuevosproductos o tecnologías es muy grande, la necesidad de información podría quedar satisfecha a través del proceso natural de intercambio de información y una campaña formal de información quizá no sea necesaria. Por lo tanto, el valor de las campañas de información está limitado de un lado por un entorno inalterable que no premia los comportamientos nuevos y, del otro, por un entorno modificado por la disponibilidad de nuevos recursos cuya utilidad es tan evidente que no necesita ninguna campaña informativa complementaria.

Una tercera manera de abordar el supuesto de que las prácticas actuales están bien adaptadas al entorno es aducir que no todos los programas de información y educación son un medio para un fin de desarrollo; pueden ser un fin en sí mismos. Estar políticamente informado o aprender destrezas básicas es un bien social y no sólo porque lo uno o lo otro conduzcan a una mejor práctica agrícola o nutricional y de allí a mayores ingresos. Esta perspectiva supone que los programas educativos son recursos nuevos en sí mismos y que su disponibilidad representa un cambio en el entorno. La gente consumirá los programas porque los programas tienen un valor intrínseco. Su aceptación no está condicionada por el valor de lo que se aprende para otros fines.

Este punto de vista sobre la educación como bien social y, por tanto, independiente del problema de la irracionalidad, no es, claro está, compartido por todos. Teóricos del capital humano (Schultz 1964; Welch 1970; Jamison y Lau 1982; Behrman y Wolfe 1984) presuponen que los mejor capacitados usarán los recursos disponibles más eficientemente, y que la educación se valora precisamente porque ayuda a las personas a racionalizar su uso de los recursos. Otros alegan que las oportunidades económicas están vinculadas al nivel educativo alcanzado, especialmente cuando aumentan las presiones en relación con la tierra. Sólo se buscará la educación si se vincula a una ventaja económica. Ambos puntos de vista sugieren que las inversiones en programas educativos —no menos que en programas informativos, más relacionados con la práctica— sólo rendirán fruto si se vinculan a los desequilibrios en el entorno, que realzan su valor.

La cuarta forma de abordar el obstáculo de "la práctica adecuada" es resaltar el valor organi-

zativo de la comunicación, en lugar de su valor informativo. Algunos sostienen que la información proveniente de fuera de una comunidad no afectará a esa comunidad a menos que inicie un proceso de desarrollo autónomo. Desde esta perspectiva, el valor de los programas de desarrollo no radica en las prácticas específicas por las que abogan, sino en la organización local y el activismo político a más largo plazo que generan. Este enfoque, asociado a términos como "concientización" y "desarrollo comunitario" (cada uno proveniente de tradiciones políticas bastante diferentes), acepta el concepto de que la información suministrada al campesino para su uso tiene poco valor. La ausencia de desarrollo no es producto de la incapacidad individual. Aun cuando por lo general las personas pueden maximizar individualmente su propio uso de los recursos, las comunidades no lo hacen. La organización eficaz de una comunidad deja un poder residual. Desde la perspectiva del desarrollo comunitario, eso significa que se pueden lograr mejoras en la calidad de vida mediante la adopción de innovaciones (tales como carreteras o suministro de agua) que están fuera del alcance de los individuos, pero sí al alcance de los recursos de una comunidad organizada. Desde la perspectiva de la concientización, significa que las comunidades pueden reclamar una participación más equitativa de los recursos nacionales ante las autoridades políticas externas mucho más eficazmente.

Por lo tanto, los programas de comunicación diseñados para movilizar la organización comunitaria no suponen un déficit individual en su labor de acelerar el desarrollo. Suponen, sí, un "déficit comunitario" paralelo: que la frustración de la comunidad para desarrollarse no refleja limitaciones en los recursos o una real falta de poder, sino que, por lo menos en parte, se debe a la incapacidad de utilizar los recursos y el poder que están potencialmente disponibles. Más aún, se supone que el estímulo externo de la organización local es un medio eficaz para iniciar la realización de ese potencial.

Tenemos, entonces, cuatro grandes categorías de usos potenciales de la comunicación: en el contexto de cambios rápidos en el entorno, como componente de un programa que introduce nuevos recursos, como fin en sí mismo y para fines de la organización comunitaria para el desarrollo. Cada una reconoce que la información por sí sola es rara vez una solución satisfactoria a los problemas del desarrollo relacionados con los recursos. Los programas de desarrollo que no utilizan la comunicación en una de estas formas, por bien diseñados que estén en el aspecto técnico, tienen poca probabilidad de éxito. Fracasan porque su teoría del papel de la comunicación en el desarrollo es inadecuada.

No obstante, incluso los programas que parten de supuestos más razonables sobre el papel de la comunicación pueden encontrar que las cosas no son tan fáciles. Ahora pasamos a nuestra segunda gran categoría de fracasos: los atribuibles a un proyecto diseñado o implementado inadecuadamente.

Fracasos del programa

Los proyectos eficaces que usan tecnología de comunicación son proyectos tecnológicos sólo para el observador ingenuo. Dos proyectos pueden comprar *hardware* idéntico y con el mismo propósito, y terminar produciendo resultados totalmente distintos. Lo que cuenta es lo que se hace con el *hardware*. Aunque esto es ampliamente conocido por quienes han participado en proyectos educativos basados en los medios, no siempre es reconocido por los entusiastas responsables de la creación de muchos proyectos que aparecen cada año en el mundo entero. Emocionados con el alcance extraordinario de un medio de comunicación, es posible que no inviertan lo suficiente en otra cosa que no sea el *hardware* como para tener alguna esperanza de éxito. Las consideraciones fuera del *hardware* incluyen el diseño macro y microeducacional, la obtención de información de campo, la ubicación administrativa de los proyectos de comunicación, el personal dedicado al proyecto, y decisiones de tipo organizativo.

Diseño macroeducacional

En algunos diseños la transmisión de un solo dato tendrá el efecto propuesto en alguna proporción de la audiencia destinataria, incluso si se ha transmitido por un solo canal una sola vez. "El trabajo es tuyo; comienzas el lunes". "No extendemos crédito". Sin embargo, tan sencillas circunstancias son raras, o así lo sugieren las experiencias que se han codificado (Schramm 1977, Jamison y McAnany 1978, Rogers 1983). Los proyectos que dependen de un solo medio para llegar a su audiencia podrían encontrar que parte ella es inaccesible o no comprende completamente o, si comprende, no usa el medio como estímulo para cambiar de práctica. Los proyectos que usan varios canales tienen más probabilidades de éxito, tanto porque diferentes canales satisfacen diferentes necesidades, como porque la redundancia tiene un valor intrínseco. Estas proposiciones han sido sustentadas por la teoría de la difusión y por la teoría del diseño educacional.

Los estudiosos de la difusión de la innovación argumentan persuasivamente que la adopción de comportamientos nuevos debe ser vista como un proceso de varias etapas. La secuencia particular de estas etapas varía (Rogers, por ejemplo, opta por conocimiento, persuasión, decisión y confirmación), pero la secuencia propuesta no es importante. Lo que importa es la percepción de la innovación como un proceso en el que quien la adopta y su comunidad usan la información proveniente de fuera para satisfacer necesidades diferentes en diferentes etapas del proceso.

Si las necesidades de información varían según la etapa de adopción, entonces el canal de comunicación más apropiado para suministrar esa información también podría variar. Por ejemplo, un modelo de difusión común sugiere que en la etapa de conocimiento, a medida que las personas toman conciencia de una innovación, se remiten a los medios masivos, pero a medida que se aproximan a una decisión, tienden a remitirse a fuentes personales. Sin embargo, no se necesita tener fe en esta formulación particular para aceptar la premisa general.

De hecho, sería útil adoptar una perspectiva más amplia que la usada normalmente en los estudios de difusión. Las necesidades que serán atendidas por un sistema informativo se pueden diferenciar a nivel intraindividual, interindividual e intertópico. Los teóricos de la difusión resaltan el contexto cognitivo y psicológico cambiante a medida que el innovador se aproxima a la adopción. Se centran en los cambios intraindividuales. Un canal capaz de proporcionar eficazmente información sobre lo que está disponible necesita ser reemplazado por uno que pueda asegurarle al individuo que el cambio tendrá apoyo de la comunidad, o uno capaz de establecer la legitimidad de la innovación para el contexto local. Un canal que transmite ideas eficazmente quizá tenga que reemplazarse por uno que le da al innovador la oportunidad de aclarar dudas o que promete interacción personal si algo sale mal.

Otra dimensión de necesidades que debe ser tomada en consideración aborda la variación interindividual en lugar de la intraindividual. No todos los canales de comunicación llegan a todos los integrantes de la audiencia igualmente bien, sea por motivos de acceso físico o por diferencias en las habilidades aprendidas. Los agentes de extensión agrícola llegan a algunos campesinos pero no a otros; ser dueño de un aparato de radio no es en absoluto una característica generalizada en las zonas rurales de los países en vías de desarrollo. Aun cuando un medio llegue físicamente a una persona,

puede no servir como canal eficaz de comunicación. El conocimiento respecto de un medio varía, se trate de leer volantes, comprender mensajes de radio o hablar con agentes de extensión socialmente distantes.

Una dimensión final de las necesidades no apunta al interior de una persona ni entre personas, sino al ámbito del contenido. Algunos temas parecen necesitar más o menos apoyo visual de los mensajes verbales u otros canales relacionados con la manera más fácil de presentarlos. A veces se requiere de un mecanismo para almacenar información localmente, otras es fundamental que las personas controlen el ritmo de su exposición a la información y en ocasiones se debe valorar un ritmo de exposición controlado externamente. Aunque muchos canales son viables para satisfacer cada una de estas necesidades, algunos pueden ser más eficaces que otros.

El argumento a favor de sistemas de canales múltiples tiene otro sustento. Una de las estrategias de comunicación que ha resultado más eficaz para lograr las metas de desarrollo es la *movilización. Todos* los medios disponibles concentran la atención nacional en un problema en particular. En Tanzania (Hall y Dodds 1977), China (Chu 1977) y Cuba (Fagen 1969), múltiples canales (medios masivos de masas de radiodifusión e impresos, grupos locales, escuelas e instituciones políticas) concentran las campañas nacionales en metas sociales seleccionadas, se trate de mejores prácticas de salud, la eliminación de arrendadores o el fomento de la alfabetización. El poder de los canales múltiples, en estos casos, no radica en la diferenciación de sus funciones, sino en su redundancia. El sentido de movilización nacional se comunica desde ya al usar canales múltiples, independientemente del contenido asignado a cada medio.

La argumentación general en favor de los sistemas de comunicación de canales múltiples es bastante más fácil de presentar que la definición de qué necesidades de comunicación tiene un programa, y qué canales son los que probablemente las atenderán más eficazmente. No nos inclinamos por uno u otro en el casi empate entre necesidades y canales. Evidentemente, las restricciones sectoriales, financieras e institucionales bajo las que se desenvuelve un proyecto limitarán sus opciones. Además, una cosa es argumentar en favor de los canales múltiples; sin duda, mientras más mejor. Otra cosa es administrarlos y pagar por ellos, lo que sugiere que un mayor número podría no ser lo óptimo. Un ejemplo puede servir para ilustrar el argumento.

Un programa de capacitación en el trabajo dirigido a maestros puede requerir (1) la transmisión de información, (2) la posibilidad de estudiar el material al ritmo propio, (3) la posibilidad de practicar las técnicas recién aprendidas y recibir críticas constructivas, (4) la motivación para mantener la atención a largo plazo, (5) una oportunidad de aclarar dudas, (6) un sentido de afiliación en una comunidad que está recibiendo un mismo programa, (7) un estímulo externo para mantener el ritmo del aprendizaje.

La emisión diaria de programas radiales podría resultar eficaz para las tareas 1, 4, 5 y 7; un texto programado podría ser útil para los casos 1 y 2; la observación de supervisores o la asistencia organizada de los directores del curso podrían ayudar en los casos 3 y 5; y, periodos breves de residencia podrían satisfacer las necesidades de 2, 3, 4, 5 y 6. Tal elección de una combinación de canales reiterativos y complementarios adecuados a las necesidades de información de un programa particular, aborda el aspecto del diseño macroeducacional. Sin embargo, escoger una configuración útil de canales es valioso sólo si va seguido de un uso eficaz de los canales escogidos.

Diseño microeducacional

Probablemente no se encontrará un documento de planificación de un proyecto educativo basado

en los medios donde se señale que no se necesita preparar buenos materiales de contenido una vez que se ha invertido en el *hardware*. De hecho, ésa ha sido la consecuencia de un patrón de dotación de personal y presupuestos seguido por muchos proyectos. En un ejemplo extremo ocurrido en Samoa, un solo telemaestro estaba a cargo de entre 10 y 20 programas televisados de educación primaria, ¡además de escribir los materiales de clase! Como sugiere Schramm (1973), este tipo de «programas de televisión interactiva no van a ganar ningún premio». Sin embargo, ése fue un caso temprano y ni en Samoa actualmente ni, que sepamos, en la mayoría de los demás programas se somete a los productores a exigencias tan irracionales. No, obstante, si los programas han puesto un mayor énfasis en la calidad del contenido, esto puede tener dos significados bastante diferentes.

El primero, quizá el más común, resalta la calidad estética. Abarca tanto los logros técnicos (claridad en la reproducción de sonido, fluidez de la edición) como los logros creativos (variedad de escenografías, calidad de la actuación y valor intrínseco del entretenimiento). El modelo seguido se basa en la programación y los estándares del gremio de la producción comercial. Aunque ciertamente no hay nada malo en lograr una calidad estética, no es lo que resaltamos cuando hablamos de calidad y, desgraciadamente, el acento en la calidad estética ha llevado a más de un programa por mal camino.

Cuando hablamos de calidad en el diseño educacional, nos referimos a la calidad pedagógica: estructura lógica del programa de estudios, desarrollo eficaz sobre la base de las experiencias del público y dispositivos para asegurar que la audiencia participe activamente en el procesamiento mental. La calidad de los materiales educativos no se mide por el aplauso de los colegas y críticos, sino por su eficacia. La calidad pedagógica es el resultado no sólo de la inversión en estudios de grabación y productores talentosos, sino también del apoyo de un sistema articulado de análisis de audiencias, diseño de programa de estudios, producción del programa, pruebas preliminares, utilización práctica, y críticas y opiniones. A diferencia del ejemplo samoano, el proyecto Radio Matemáticas de Nicaragua produjo sólo cinco programas semanales con un personal de catorce profesionales. El personal dedicó una parte substancial del tiempo a mantener los vínculos con el público estudiante y todos menos dos integrantes del personal (uno nicaragüense, otro extranjero) eran educadores y no técnicos de radiodifusión (Friend y otros 1980). Es verdad que los costos de capital para elaborar el programa de estudios fueron altos y acaso por ello no sea posible replicar este programa en otras circunstancias. No obstante, vale la pena emular el compromiso básico con la calidad del diseño educacional.

Obtención de información de campo

Los proyectos de comunicación adoptan supuestos acerca de lo que es cierto en el entorno de sus beneficiarios previstos, un entorno que podría estar a una considerable distancia geográfica y cultural de los patrocinadores y del personal de los proyectos. Debido a esa distancia, intrínseca al uso de la tecnología de comunicación, dichos supuestos rara vez serán la base para un proyecto exitoso. La necesidad de confirmar los supuestos mediante la recopilación de datos es sustantiva, tanto al momento de planificar el proyecto como al de implementarlo. Los signos naturales de retroalimentación que restringen la comunicación cara a cara deben reemplazarse con mecanismos explícitos de recopilación de datos en sistemas que dependen de la tecnología de comunicación.

En la etapa de planificación, una recomendación de que determinada práctica de nutrición sea adoptada da por sentado que la nueva práctica será

efectivamente más ventajosa que la anterior. Un programa para divulgar por la radio información sobre los precios del mercado da por supuesto que el conocimiento actual es inadecuado y que los campesinos pueden actuar a partir de la nueva información. Se necesitan pruebas que corroboren los dos supuestos.

Al momento de la implementación, una estrategia de mensajes que da por sentado que las motivaciones económicas para una determinada práctica nutricional son de suma importancia puede estar equivocada si el comportamiento actual se funda en gran parte en lazos sociales importantes. De modo similar, las transmisiones de los precios del mercado pueden ser inútiles si el público oyente no está familiarizado con la unidad de precio o si la información no está disponible cuando tienen excedentes.

Los proyectos que funcionan a distancia, como lo hacen los de comunicación, necesitan información constante para planificar y para ajustar las operaciones. Necesitan saber lo que funciona bien y lo que no. Requieren de mecanismos eficientes de recopilación de datos y, no menos importante, tiempo y flexibilidad en sus estructuras funcionales para definir la información que se puede usar para aprovechar al máximo los datos recopilados.

Ubicación administrativa de los proyectos de comunicación

Los organizadores de la comunicación para el desarrollo generalmente eligen una de tres ubicaciones administrativas para sus proyectos. Predominantemente, los proyectos de comunicación se ubican en el ministerio pertinente. Los proyectos de educación, como el proyecto de televisión interactiva de El Salvador o el Instituto de Desarrollo Educativo Coreano, son emprendidos por los ministerios de educación, por ejemplo, con papeles secundarios desempeñados por instituciones públicas o privadas de comunicación que ayudan con la transmisión.

Una segunda estrategia es ubicar los proyectos en el ministerio de comunicación (correos y telégrafos, telecomunicaciones o el nombre que tenga) o el servicio nacional de radio o televisión. Ésta siempre es la estrategia si el objeto es el servicio telefónico rural, pero también puede ser seleccionada para proyectos con metas más sustantivas. Estas oficinas, supuestamente, podrán compartir ampliamente las pocas habilidades y atender las necesidades de una serie de instituciones. Indonesia y Liberia, por ejemplo, han creado organismos de comunicación para el desarrollo a fin de atender a diversos organismos. Muchas emisoras nacionales, especialmente las influenciadas por el modelo británico, tienen unidades de transmisión rural o para el desarrollo. Radio Gambia, coordina la producción de programas de agricultura, salud, escuelas y de otros organismos gubernamentales.

Una tercera estrategia es crear un organismo híbrido que recurra a dos o más instituciones. Esto incluye a los organismos creados para un proyecto específico (INRAVISIÓN de Colombia para su proyecto principal de televisión interactiva y la Junta Nacional de Educación Extraescolar de Guatemala son dos ejemplos) y a aquellos con un alcance más amplio (proyectos integrados de desarrollo rural, como el Plan Puebla de México), en los que el componente de comunicación desempeña un papel secundario.

De modo realista, la estrategia seleccionada dependerá del carácter global del proyecto y especialmente de su génesis y apoyo político. En ese contexto, la experiencia proveniente de otros lugares puede ser irrelevante. Sin embargo, cuando existe alguna flexibilidad de decisión, los argumentos a favor del primer modo parecen ser los más fuertes. Colocar a la comunicación en el marco de una entidad sustantiva reconoce que la comunicación debe complementar una intervención más amplia. Sirve para acelerar el cambio, no para instigarlo. El éxito de una intervención comunicacional dependerá de la acción conjunta con agentes de campo o de la distribución oportuna de los recursos.

Los proyectos organizados fuera de la entidad que emplea a los agentes o que es propietaria de los recursos no pueden contar con su disponibilidad a largo plazo, por más sinceras que sean las promesas de cooperación en un inicio. La fuerza centrífuga de las envidias institucionales, cuya raíz es la competencia por los escasos recursos, va a ser demasiado grande. En general, los proyectos no pueden ser exitosos si no tienen garantizado el apoyo a largo plazo de la entidad sustantiva, y probablemente no consigan ese apoyo fuera de dicha entidad. El argumento refleja nuestra convicción de que las inversiones en comunicación deben respetar el contexto de desarrollo imperante, por más tentador que sea ignorarlo y depender del poder de la tecnología. No obstante, sí reconocemos dos argumentos contrarios poderosos. Uno es que una autoridad o entidad sustantiva no es fácil de galvanizar y, aunque los proyectos de comunicación pueden ser catalizadores importantes del cambio, posiblemente sean insuficientes para movilizar a una burocracia atrincherada. El segundo argumento es que organizar un proyecto al interior de un solo organismo puede dificultar la planificación racional de los equipos de telecomunicaciones.

Una inversión sensata en *hardware* de telecomunicaciones para un solo proyecto sustancial será muy diferente de la hecha para un gran número de proyectos de diversas entidades y a través del tiempo. Un estudio de producción de radio y algo de tiempo de transmisión en una red nacional de radio puede tener sentido para un proyecto de información agrícola. Un proyecto como ése no justifica una red telefónica rural extendida. Un proyecto individual que proponga una inversión de ese orden (u otras igualmente costosas que impliquen satélites o el uso de televisión en las zonas rurales) ni siquiera se consideraría. Pero, si se pudiera usar un sistema existente a un costo marginal o promedio, podrían intervenir otras consideraciones y es posible que se otorgue financiación para el proyecto.

Sin embargo, si los proyectos permanecieran bajo el control independiente de entidades sustantivas, ¿cómo se acumulará la demanda para producir un sistema de telecomunicaciones que se racionalice para todos los usos? El dilema es real y no se resuelve dejando que las cosas sigan su curso. Si se las abandona a merced de las fuerzas naturales, el patrón de la inversión en telecomunicaciones probablemente reflejará los intereses comerciales, especialmente los urbanos, relegando las inquietudes por el desarrollo rural a un segundo o tercer plano. El resultado podría traducirse en sistemas inapropiados para los usos de la comunicación para el desarrollo.

En abstracto, un organismo híbrido con representantes de todas las instituciones usuarias de los medios de comunicación que asesore al ministerio de telecomunicaciones sería ideal. Sin embargo, no queda claro cómo con esto se obtendrían fondos para financiar la telecomunicación para el desarrollo, a menos que la asesoría venga acompañada de compromisos vinculantes de subvenciones presupuestarias. En la mayoría de los países se espera que los organismos de telecomunicaciones se autofinancien; un cambio en esa política exigiría una nueva fuente de fondos y nuevos compromisos políticos.

Personal dedicado al proyecto y decisiones de tipo organizativo

Ésta es la categoría final "atrapalotodo". Es el refugio tautológico del planificador cuyas palabras de despedida a quienes se quedan a cargo de implementar el proyecto son: "Hagan bien todo lo

demás y el proyecto va a funcionar, pero si no funciona, no hicieron bien todo lo demás". Todo lo demás incluye contratar a personal debidamente capacitado, competente y comprometido; encontrar a una figura central carismática; establecer las condiciones laborales y las relaciones de supervisión que permitan que las personas logren su potencial; y, desarrollar vínculos eficaces entre la oficina central y el personal de campo. Evidentemente, estas son circunstancias ideales; la pregunta importante es cómo hacerlas realidad. ¿Por qué el personal de algunos proyectos hace maravillas pese a condiciones difíciles, mientras otros, con todas las posibilidades de éxito, se hunden debido a deficiencias internas?

Tres tipos de respuestas merecen consideración. La primera, y la menos útil, atribuye el éxito al criterio individual y a la suerte. Un programa dado encontró de casualidad a un líder con talento que seleccionó a sus subordinados inteligentemente y juntos hicieron que funcionara. Hay diferencias individuales reales que distinguen al personal competente y, a menudo, son difíciles de detectar hasta que las personas empiezan a trabajar. De pura casualidad, algunos proyectos cuentan con mejor personal que otros. Con qué frecuencia resulta ser ésa la principal explicación, no sabemos. Pero si lo fuera y para no caer en pronunciamientos nobles sobre la necesidad de elegir cuidadosamente al personal, hay poco que se pueda decir que sea a la vez general y útil.

El segundo tipo de respuesta se refiere a la naturaleza de los proyectos de tecnología de comunicación *per se*. Presentan ventajas y desventajas en cuanto a la competencia por personal capacitado y a la creación de una organización eficaz. Por el lado de las ventajas, cualquier proyecto que utilice medios masivos ofrece un glamour especial y la promesa de atención pública, lo que a menudo es una ventaja al reclutar a personal talentoso. Además, ya que las tareas emprendidas por una unidad de producción mediática no tienen un paralelo en, por ejemplo, las burocracias tradicionales del gobierno, esas unidades tienen libertad relativa para desarrollar una estructura organizativa apropiada. Por el lado de las desventajas, ocurre con frecuencia que los jóvenes entusiastas recién contratados no encajan bien en la burocracia tradicional que los rodea y les tiene celos por su especial posición. Además, tanto las exigencias del proceso de producción como la tradición mediática que premia el éxito estético más que el pedagógico mitigan la posibilidad de mantener vínculos estrechos con la audiencia del personal de campo. La visibilidad pública de los proyectos mediáticos podría exigir que su personal dé cuenta de sus actos más que otros proyectos, lo cual podría exacerbar la búsqueda de chivos expiatorios si el proyecto fracasa. Eso no facilita las relaciones laborales.

Las características especiales de los proyectos de tecnología de comunicación, por lo tanto, definen la segunda respuesta. La tercera respuesta sugiere que los fracasos del personal y de la organización podrían no ser fracasos del programa técnico en absoluto. Líderes de proyecto que no están calificados para sus funciones, la burocracia gubernamental que no permite pagar sueldos apropiados y un presupuesto insuficiente para pagar los vehículos y los gastos del trabajo de campo podrían parecer "sólo" fracasos técnicos. Después de todo, sabemos que hay una escasez de personal calificado y conocemos la rigidez de las burocracias gubernamentales y el déficit de los presupuestos. Pero, en cada uno de estos casos, lo que vemos son las consecuencias de decisiones de asignación de fondos que son el resultado de un proceso político. Si no hay dinero para un trabajo de campo, aunque parezca esencial para el éxito, si un líder de proyecto demuestra más lealtad política que capacidad de gestión, lo que vemos no son fracasos técnicos, sino fracasos de la voluntad política. La apariencia pública de acción, que se logra fácilmente mediante proyectos de tecnología de comunicación, puede bastar para satisfacer los intereses de los patrocinadores del proyecto. Puede que los compromisos políticos adicionales que se requieran para obtener asignaciones presupuestarias apropiadas y sobrevivir a las luchas burocráticas internas, es decir compromisos que produzcan buenos resultados de desarrollo, nunca lleguen.

Esta última razón para el fracaso nos conduce a una categoría final de explicaciones. Es independiente de los fracasos teóricos y técnicos de un programa pero a menudo está asociada a ellos.

La explicación política del fracaso

Los proyectos de tecnología de la comunicación, al igual que la mayoría de los proyectos de desarrollo, rara vez prosperan sin un compromiso previo de las fuerzas políticas influyentes con el cambio en ese sector. En un pasado, más ingenuo, los entusiastas de la comunicación esperaban que sus impresionantes tecnologías pudiesen, de alguna manera, superar los intereses políticos imperantes. Sostenían que al cambiar la organización y la velocidad de la distribución de la información, también se podía cambiar la distribución del poder y de los bienes de la sociedad.

Sin embargo, cuatro décadas de experiencia nos han enseñado que, por extraordinarias que puedan ser, esas tecnologías están controladas por esos intereses. La información que se transmite y las reacciones que se dejan oír están definidas por quienes controlan los equipos.

La educación en matemáticas se puede mejorar a través del uso de la radio. Pero no será posible mientras no haya un compromiso real por el cambio, que se refleje en salarios adecuados para atraer y retener a personal de producción de alta calidad, tiempo e instalaciones para producir buenos programas, apoyo y capacitación a profesores, y suficientes recursos disponibles para implementar y mantener el proyecto.

La radio agrícola, que informa a los agricultores sobre formas innovadoras de sembrar sus cosechas, tendrá poco impacto si el fertilizante que necesitan no está disponible o es muy costoso, si el sistema de mercado no puede absorber el excedente o si los costos del crédito, la inseguridad en torno a la propiedad de la tierra o las fluctuaciones del clima hacen que la innovación sea demasiado riesgosa.

Estos fracasos tal vez no deban ser vistos como tales; más bien son reflejos precisos de los intereses políticos que priman. En la creación de cualquier proyecto, siempre hay intereses antagónicos tanto respecto del compromiso con las metas expresas del proyecto como de sus particulares énfasis. Esto puede implicar que las necesidades de la agricultura de subsistencia no guíen el trabajo de los investigadores agrícolas, porque son otros quienes deciden en las instituciones de investigación. La programación radial dirigida a las escuelas primarias podría ser descartada si otras prioridades como la educación universitaria o los salarios de los profesores son la primera opción en la asignación de los recursos disponibles. La incorporación de una capacidad interactiva de comunicación a un proyecto de salud no producirá cambios si la mayor variación en el éxito de un tratamiento de salud no es atribuible a la ignorancia de los asistentes de enfermería sino a la negativa a proveer medicinas o transporte al hospital.

La lista podría seguir, pero el mensaje queda claro. A riesgo de ser repetitivo: en muchos casos el fracaso de un proyecto no es meramente una falla técnica o administrativa; más bien, las fallas pueden ser los síntomas de la distribución del poder en la sociedad. La aplicación de la comunicación debe llevarse a cabo cuando hay evidencia clara de un compromiso con el cambio. Esto debería traducirse en un presupuesto adecuado y, más am-

pliamente, en condiciones de campo propicias. El glamour de los proyectos de comunicación los hace atraer fácilmente un apoyo político superficial. Lo difícil de conseguir es un apoyo más sólido, que es esencial cuando la comunicación interviene como complemento de cambios concomitantes y políticamente difíciles en otras áreas.

Bibliografía citada

Behrman, Jere y Wolfe, B. (1984)."More Evidence on Nutritional Demand: Income Seems Overrated and Women's Schooling Underemphasized" en *Journal of Development Economics*, 14, January/February.

Chu, Godwin C. (1977). *Radical Change Through Communication in Mao's China*. Honolulu, University of Hawaii Press.

Fagen, Richard (1969). *The Transformation of Political Culture in Cuba*. Stanford, California, Stanford University Press.

Friend, J.; Searle, B. y Suppes, P. (1980). *Radio Mathematics in Nicaragua*. Stanford, California, Institute for Mathematical Studies in the Social Sciences.

Hall, Budd L. y Doods, Tony (1977). "Voices for Development: The Tanzanian National Radio Study Campaigns" en Spain, P.; Jamison, D. y McAnany, E. (eds.) *Radio for Education and Development: Case Study*. Washington, The World Bank.

Jamison, Dean T. y McAnany, Emile G. (1978). *Radio for Education and Development*. Beverly Hills, California, Sage Publications).

Jamison, Dean T. y Lau, Lawrence J. (1982). *Farmer Education and Farm Efficiency*. Baltimore, Johns Hopkins University Press.

Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of Innovations*. New York, The Free Press.

Schultz, Theodore W. (1964). *Transforming Traditional Agriculture*. New Haven, Yale University Press.

Schramm, Wilbur (1973). *ITV in American Samoa - After Nine Years*. Stanford, California, Institute for Communication Research.

Schramm, Wilbur (1977). *Big Media, Little Media*. Beverly Hills, California, Sage Publications.

Suchman, Edward A. (1967). *Evaluative Research*. New York, Russell Sage Foundation.

Welch, Finis (1970). "Education in Production" en *Journal of Political Economy*, 78, Nº 1.

Hornik, Robert (1988). "Why Communication for Development so Rarely Succeeds" en *Development Communication: Information, Agriculture, and Nutrition in the Third World*. New York, Longman/University Press of America. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

El uso de la comunicación tradicional en los programas de desarrollo

Víctor Valbuena

En los años setenta y ochenta aparecieron innovaciones tecnológicas nuevas, áridas y más complejas en el campo de las comunicaciones, que han resultado en una mayor eficiencia y precisión en la recopilación, procesamiento, transmisión y difusión de la información y la retroalimentación. Asimismo, éstas han tenido tal impacto sobre los medios masivos que se han convertido en una de las influencias más visibles, generalizadas y dominantes en la vida del hombre moderno.

Sin embargo, estas nuevas tecnologías de la comunicación se han centrado principalmente en el sistema de difusión e, intencionalmente o no, pueden haber dejado de lado los contextos culturales en los que se pueden desenvolver. La tecnología de estas innovaciones en la industria de la comunicación aún está en manos de las sociedades occidentales o industrializadas, mientras que a las personas de los países menos industrializados aún les falta entender y dominar las complejidades de los medios más tecnológicos. Esta situación sólo puede reforzar «la "brecha de la pobreza" preexistente, que los planificadores de desarrollo intentan cerrar o eliminar del todo» (Coseteng 1986).

Del mismo modo, esta situación sólo puede avivar la controversia sobre el tema del imperialismo cultural que se percibe que ejercen los países industrializados sobre los más pobres (Mercado y Buck 1981, Schiller 1976, Galtung 1971).

Los avances acelerados y espectaculares en los medios masivos, particularmente en los campos de la tecnología audiovisual, de la radiodifusión y del cine, prometen una difusión más rápida y extensa de la información. Sin embargo, los sectores rurales en los países en desarrollo no necesariamente se benefician de estos avances, y los recursos humanos y materiales en los países más pobres no siempre permiten el acceso de las masas a los medios y viceversa (EWCI 1975).

A pesar de todos los avances tecnológicos en las comunicaciones, se está volviendo cada vez más evidente que los medios masivos, tales como los periódicos, la tele y radiodifusión y el cine, en sus formas actuales, no pueden desempeñar adecuadamente las funciones que los paradigmas de desarrollo de los años sesenta definieron y esperaban de ellos. Los medios masivos no brindan a suficientes pobladores del Tercer Mundo la información creíble y útil que necesitan para que se dé un cambio social real en sus vidas. Los "especialistas" en medios finalmente han descubierto en esta década lo que los campesinos saben desde hace siglos: los aportes valiosos que los medios populares son capaces de ofrecer. El uso de los medios tradicionales o folclóricos para apoyar o promover el desarrollo nacional en los países del Tercer Mundo parece estar «eclipsando los paradigmas de los años sesenta, que destacaban las grandes dimensiones en el desarrollo, un desequilibrio en la información debido a la falta de participación y la unidireccionalidad, y resaltaban el desarrollo de la economía a costa de las actitudes de las personas y las necesidades de la sociedad» (Lent 1982).

Los nuevos paradigmas del desarrollo en muchas sociedades del Tercer Mundo buscan destacar la calidad de vida, lo cual incluye la integración de

los sistemas tradicionales y modernos de comunicación, una tecnología apropiada que requiere de gran cantidad de mano de obra, la autosuficiencia, estrategias orientadas al usuario y la participación popular en la planificación e implementación del desarrollo (Wang y Dissanayake 1982).

El interés y la participación de la comunidad son la base de una comunicación eficaz. Para que la comunicación realmente sirva al logro del cambio social debe basarse en los valores y el sistema de creencias vigentes en la comunidad y en los canales existentes de comunicación, respetados y de confianza, tales como los medios tradicionales (EWCI).

En palabras de Coseteng:

> «Lo que los medios de comunicación masivos no han logrado darse cuenta en su etapa de desarrollo acelerado es que al lado de ellos, al nivel de la aldea real, que es bastante distinto a la infraestructura de aldea global [...] existen otros tipos de medios que son anteriores a ellos: los medios de comunicación tradicionales [...] No obstante, los medios tradicionales todavía existen y se usan como canales de comunicación importantes en las sociedades tradicionales o en desarrollo. Su naturaleza discreta tal vez sea la razón por la que han sido ignorados la mayor parte del tiempo por los especialistas y planificadores de desarrollo orientados a los medios de comunicación masivos. De hecho, todavía son formas viables de comunicación humana».

Afortunadamente, hoy en día muchos planificadores del desarrollo y autoridades del Tercer Mundo valoran el uso de los medios tradicionales o folclóricos como estrategia de comunicación alternativa en los programas de desarrollo. Esto podría ser el resultado de su creciente preocupación por el imperialismo cultural y la ineficacia de los medios masivos para llegar a los que más necesitan el cambio. Estos planificadores y autoridades han empezado a reconsiderar seriamente el uso de los medios tradicionales o folclóricos como canales de comunicación alternativos para transmitir mensajes orientados al desarrollo y como medios para generar la participación local en la planificación y definición de los programas de acción social. Hay un interés renovado por el uso de medios folclóricos en el desarrollo como parte de los "nuevos conceptos de desarrollo" que apoyan temas como la participación local y la integración de los medios indígenas y masivos (Van Hoosen 1984).

Según Wang y Dissanayake, «el valor de los sistemas de comunicación indígenas en el proceso de desarrollo parece haber logrado actualmente el reconocimiento de muchos planificadores en el Tercer Mundo, y el nuevo paradigma emergente para el desarrollo también propone la inclusión de recursos locales, tales como los medios y canales de comunicación indígenas, para fines del desarrollo porque tienen una orientación local, son fácilmente accesibles y relativamente económicos».

El Informe de la Comisión MacBride (1980) lo resume de la siguiente manera:

> «Aun cuando los medios modernos han penetrado en áreas aisladas, las formas anteriores mantienen su validez, especialmente cuando se utilizan para influenciar actitudes, incitar a la acción y promover el cambio. Gran cantidad de experiencias demuestran que las formas tradicionales de comunicación pueden ser efectivas para eliminar las supersticiones, percepciones arcaicas y actitudes no científicas que la gente ha heredado de la tradición y que son difíciles de modificar cuando es difícil demostrarles los beneficios del cambio. Los que practican los medios tradicionales usan una forma sutil de persuasión al presentar el mensaje requerido en formas artísticas que son populares localmente. Esto no lo puede igualar ningún otro medio de comunicación».

Los medios de comunicación folclóricos

¿Qué son exactamente los medios folclóricos? Hay una amplia gama de actividades y prácticas humanas que se pueden catalogar como medios de comunicación folclóricos. Pueden incluir las costumbres, tradiciones, creencias y prácticas que se manifiestan en las tradiciones populares o folclóricas. Sin embargo, en tanto formas o canales de comunicación, se pueden definir como las formas o acciones orales, auditivas o visuales que son conocidas y aceptadas por el pueblo, y que se dirigen a ellos o son realizadas por o para ellos con el fin de entretener, informar, esclarecer, instruir o educar (Coseteng y Nemenzo 1976).

> «En tanto creaciones o expresiones de la tradición popular, los medios folclóricos tienen formas más o menos distintivas o identificables, sus propias prácticas o normas de organización, y sus propias técnicas o métodos de presentación. Pero lo más importante es que estas formas contienen mensajes o significados que se pueden expresar directamente a través de la música o símbolos no verbales distintivos, o se deducen de la totalidad de los elementos de las formas mismas, pero que el público generalmente entiende porque el significado proviene de su vida y experiencia común como pueblo».

Los medios folclóricos pueden incluir canciones, poesía o danzas folclóricas, títeres, payasos, narración de cuentos, dichos populares, acertijos, obras teatrales o dramáticas populares, etc. Algunos ejemplos son la ópera china, la *yakshagaana* de la India, el *wayang kulit* indonés y la *zarzuela* de Filipinas.

Coseteng destaca que los medios folclóricos, al igual que cualquier forma de comunicación o expresión, son dinámicos y perdurables a la vez. Están sujetos al cambio y la adaptación; incorporan nuevas ideas, formas, métodos y técnicas, a la vez que rechazan las formas, ideas y técnicas anteriores que dejan de tener un sentido o función en la sociedad en la que operan. Así, un concepto nuevo como la planificación familiar [...] puede incorporarse a la cultura e, inconscientemente, al sistema de valores del grupo y ser adoptado como parte de sus patrones de conducta. Coseteng agrega que se podría aprovechar este elemento dinámico de los medios folclóricos para el cambio social y el desarrollo.

Los medios folclóricos y la comunicación para el desarrollo

El desarrollo necesariamente incluye a las personas. Para que se dé, las personas que participan directamente en él tienen que poder entender, aceptar y actuar a partir de las nuevas ideas. No sólo es cuestión de proveer más y mejor tecnología. También exige educación y comunicación. Y los programas de educación y comunicación para el desarrollo pueden usar muchos canales, entre ellos los medios de comunicación folclóricos (Ranganath 1980).

Históricamente, los medios de comunicación folclóricos muchas veces han tenido un papel en la comunicación y la promoción de nuevas ideas y la adaptación a un nuevo orden social o político, aparte de su papel tradicional de preservar y enseñar los valores establecidos. Por ejemplo, en la India, Indonesia y Filipinas en tiempos coloniales y durante la ocupación militar, cuando los medios masivos estaban bajo el control de un poder foráneo, los medios folclóricos se han utilizado para burlarse de los opresores, presentar estrategias de resistencia y reunir apoyo popular para los movimientos nacionalistas y de independencia (Ranganath, Bonifacio 1972, Brandon 1967).

En la comunicación para el desarrollo, se presume que la información educativa y la comunicación persuasiva o motivadora son insumos cuidadosamente planificados del desarrollo. Invariablemente, se utilizan múltiples canales de comunicación y al encajar los medios folclóricos en la totalidad del esquema de la estrategia de comunicación, éstos se pueden usar como canales para transmitir mensajes de refuerzo a grupos específicos de audiencia, para que puedan aprender a participar consciente y activamente en el logro de los objetivos nacionales de desarrollo que contribuyen a su bienestar general y a mejorar su entorno.

Tal como señala Ranganath: «El desarrollo, o la adaptación a las realidades y posibilidades de nues-

tro tiempo, es un proceso continuo, y el entretenimiento tradicional (medios folclóricos) muchas veces ha sido decisivo para promover y guiar esa adaptación». En su libro *Using Folk Entertainments to Promote National Development*, él especifica las claras ventajas de usar los medios folclóricos en las iniciativas de comunicación para el desarrollo. Antes que nada, son familiares para las audiencias, que posiblemente puedan estar más dispuestas a asistir a dichas actuaciones y tengan sentimientos más positivos sobre lo que ven y oyen.

Los medios folclóricos son flexibles: son capaces de dar sentido local a las comunicaciones al adaptarlas a situaciones locales a través de dialectos, o al incorporar referencias específicas a costumbres y tradiciones que hacen que la comunicación encaje en un contexto conocido. En cierto sentido, son portátiles porque muchos espectáculos populares son de tipo ambulante o rodante. Además, generalmente es económico montar las presentaciones de medios folclóricos.

Cuando se presenta una nueva idea o programa de desarrollo a un público objetivo a través de los medios folclóricos es posible tener una reacción inmediata. El público puede evaluarlo y reaccionar cara a cara sin tener que adaptarse a algunos de los problemas de percepción que implican los medios como la radio, la televisión o el cine. El público de los medios folclóricos reacciona inmediatamente al intérprete o intérpretes y al comunicador, si está presente. Los medios folclóricos son sensibles y pueden ser adaptados muy rápidamente según estas reacciones.

Cuando los intérpretes tienen conocimiento de los programas de desarrollo y están dispuestos a colaborar, pueden servir de líderes de debate y agentes de cambio, especialmente antes y después de las presentaciones.

Y en cuanto a los medios masivos, los medios folclóricos pueden ser materiales innovadores e interesantes para la radio, la televisión o el cine, haciéndolos más atractivos y aceptables para los públicos urbanos y rurales.

Bibliografía citada

Bonifacio, Amelia L. (1972). *The Seditious Tagalog Playwrights: Early American Occupation*. Manila, Zarzuela Foundation of the Philippines.

Brandon, James R. (1967). *Theatre in Southeast Asia*. Cambridge, Harvard University Press.

Coseteng, Alicia M. L. y Nemenzo, Gemma A. (1986). "Folk Media in the Philippines" en Valbuena, Víctor T. *Philippine Folk Media in Development Communication*. Singapore, AMIC.

EWCI (1975). *Information, Education, Communication in Population. IEC Newsletter*. Número especial. Honolulu, East-West Center.

Galatung, Johan (1971). "A Structural Theory of Imperialism" en *Journal of Peace Research*, Vol. 8, Nº 2.

Informe de la Comisión MacBride (1980). *Many Voices, One World*. Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de Problemas de Comunicación. London, Kogan Page/Unipub/Unesco.

Lent, John A. (1982). "Grassroots Renaissance: Folk Media in the Third World" en *Media Asia*, Vol. 9, Nº 1. Singapore, AMIC.

Mercado, Orly y Buck, Elizabeth B. (1981). "Media Imperialism in Philippine Television" en *Media Asia*, Vol. 8, Nº 2. Singapore, AMIC.

Ranganath, H.K. (1980). *Using Folk Entertainments to Promote national Development*. Paris, Unesco.

Schiller, H. I. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York, International Arts and Science Press.

Valbuena, Víctor T. (1988). *Mahaweli Community Radio Project: An Evaluation*. Occasional Paper 22. Singapore, AMIC.

Valbuena, Víctor T. (1987). *Using Traditional Media in Environmental Communication*. Occasional Paper 21. Singapore, AMIC.

Valbuena, Víctor T. (1976). "Philippine Theatre Arts as Development Communication Perspectives a Prospects". Tesis doctoral. Manila, Centro Escalor University.

Van Hoosen, Debra (1984). "The Barefoot Actors: Folk Drama and Development Communication in Asia" en Wang, Georgette y Dissanayake, Wimal (eds.) *Continuity and Change in Communication Systems*. New Jersey, Ablex Publishing Corporation.

Wang, Georgette y Dissanayake, Wimal (1982). "The Study of Indigenous Communication Systems in Development: Phased Out or Phasing In?" en *Media Asia*, Vol. 9, Nº 1.

Wang, Georgette y Dissanayake, Wimal (1984). "Indigenous Communication Systems and Development: A Reappraisal" en Wang, Georgette y Dissanayake, Wimal (eds.) *Continuity and Change in Communication Systems*. New Jersey, Ablex Publishing Corporation.

Vídeo popular para el desarrollo rural en Perú

J. Manuel Calvelo Ríos

¿Por qué usar vídeo?

En 1975 el Perú decidió apoyar el desarrollo rural a través de la educación y la capacitación. Esta decisión era vista no sólo como un medio para aumentar la producción y la productividad, sino como una manera de realmente mejorar las condiciones de vida de los campesinos de subsistencia. Se esperaba que la educación y capacitación permitieran a los campesinos aprovechar mejor los recursos disponibles.

Cualquier iniciativa para promover el desarrollo rural requiere dos elementos básicos. El primero es el acceso a capitales: crédito a precios razonables, inversiones y políticas equitativas de precios. El segundo elemento importante son insumos físicos: maquinaria, fertilizantes, pesticidas, semillas mejoradas, etc. El proyecto de vídeo del Centro de Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación (CESPAC) fue diseñado para darles a los campesinos un insumo adicional a estos dos elementos: habilidades para ayudarlos a administrar tanto los insumos de capital como físicos más productivamente, y los conocimientos para mejorar sus propias condiciones de vida. El conocimiento y las habilidades son intangibles y únicos: no desaparecen con el uso y, sin ellos, otros insumos podrían ser malgastados y desaprovechados.

Valbuena, Víctor (1988) "Using Folk Media in Development programmes" en *Media Asia*, 15, 3. Singapore, Asian Mass Communication Research and Information Centre. Reproducción autorizada por el autor.

¿A quiénes queremos llegar?

El agricultor de subsistencia, que produce la mayoría de la comida que consumimos en muchos países en desarrollo, generalmente es analfabeto. Es probable que, él o ella, hable un idioma distinto del oficial. Las actividades y necesidades de los agricultores en la capacitación abarcan diversas áreas, desde la agricultura hasta los negocios. Los agricultores constituyen un gran porcentaje de la población y tienen tasas altas de natalidad y mortalidad infantil, y una baja expectativa de vida. A medida que desaparece el potencial productivo del entorno de los agricultores debido a la presión demográfica y los agricultores ya no pueden subsistir de la tierra, están obligados a usar tierras que pueden ser inadecuadas para sostener la actividad agrícola, o a migrar a las ciudades. Para evitar esta decisión, familias enteras, incluidos los niños, deben trabajar como productores, artesanos o vendedores.

Sin embargo, los agricultores y sus familias también están bien integrados a la tierra. Durante siglos, los campesinos en el Perú han dirigido la agricultura en el país. Los agricultores tradicionales dominan las técnicas necesarias para vivir en un hábitat sin destruirlo. Un programa acertado de capacitación debe rescatar este conocimiento tradicional, combinarlo con la ciencia moderna y devolver esta nueva combinación a los agricultores bajo una forma que presente la información comprensible y prácticamente.

Si los conocimientos y la cultura de los agricultores van a respetarse —aun si se detectan y reducen las imperfecciones — y si se crea un diálogo para presentarles los nuevos conocimientos, el modelo teórico de comunicación —expositor-medio-receptor— es inadecuado. Se requiere de un nuevo modelo adaptado a la necesidad de un diálogo participativo, uno que incluya al usuario final del conocimiento y la capacitación en el proceso de comunicación.

El enfoque de CESPAC

El proyecto de vídeo CESPAC proponía "recuperar, preservar y reproducir el conocimiento campesino" a través del uso de la informática multimedia. El vídeo se utilizó para mejorar la comprensión. Las guías impresas con muchas ilustraciones y pocas palabras sirvieron de ayuda-memorias permanentes. La comunicación interpersonal en los debates grupales sirvió para reforzar el aprendizaje práctico. Un dicho popular antiguo describía el proceso: «Si lo oigo, lo olvido; si lo veo, lo recuerdo; si lo hago, lo aprendo». Es a través de las tareas prácticas que el conocimiento se absorbe y asimila.

Calvelo Ríos, J. Manuel (1989). "Popular video for rural development in Peru" en *Development Communication Report*, (DCR), N° 66. Clearinghouse on Development Communication. Reproducción autorizada por el autor.

Extracto de

Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo. El rol de la dramaturgia cultural en la creación de una esfera pública

Robert A. White

En el rápido crecimiento de las ciencias del desarrollo posterior a la Segunda Guerra Mundial, la comunicación y los estudios de medios pronto se convirtieron en centrales. En ese tiempo el desarrollo era precipitadamente definido como un proceso de extensión de las modernas técnicas, capacidades y organización social de las sociedades industrializadas hacia centros urbanos en los países en desarrollo y de estos centros hacia las atrasadas zonas rurales (Schramm 1964). Esta transferencia era vista como un proceso de comunicación y los fundadores de esta naciente ciencia de la comunicación fueron llamados para que aportaran su pericia en el nuevo y vasto proyecto de ingeniería social.

Para mediados de los 40 la investigación en comunicación ya había desarrollado un cuerpo de conocimientos basado en los estudios de opinión pública, análisis de audiencia, el impacto de la publicidad y la propaganda, y otras formas de cambio de actitudes por influencia de los medios. Las teorías de los efectos de los medios masivos parecían servir bien a las demandas de planificación del desarrollo que buscaban formas baratas, eficientes y rápidas para la educación y cambio de valores tradicionales. El campo de la comunicación tomó forma con sus varios subcampos, como la comunicación interpersonal, organizacional o masiva, y la comunicación para el desarrollo pronto se convirtió en un subcampo por derecho propio.

Con tan poca experiencia e información acerca de la compleja interacción entre la organización tecnológica, económica, política y sociocultural en los países en desarrollo, no sorprende que hubiera gran simplificación y error en la confrontación de expectativas con inesperadas consecuencias negativas. Aproximadamente cada 10 o 15 años el campo de la comunicación para el desarrollo ha sido marcado por angustiosas reevaluaciones y se ha admitido públicamente la inadecuación de las cuestiones propuestas (Schramm y Lerner 1976, Martín Barbero 1987). Los estudios de comunicación para el desarrollo han madurado, sin embargo, y han contribuido significativamente a la formulación de una teoría general de la comunicación. Lo más importante es que la ciencia de la comunicación en los países en desarrollo tiene una influencia cada vez mayor en las concepciones de la comunicación para el desarrollo. Este artículo va a centrarse en los recientes avances acerca de la comunicación y el desarrollo nacional provenientes del mundo en vías de desarrollo especialmente de América Latina.

En un principio los conceptos de comunicación y desarrollo fueron definidos, y esto no sorprende, desde perspectivas de los países industrializados del Norte. Esto ha sido crecientemente desafiado por perspectivas del Sur (Rogers 1976). En las publicaciones especializadas que categorizan los aportes en términos de paradigmas generales[1] una primera generación de teóricos definió la comunicación para el desarrollo como un proceso de incorporación de los países en desarrollo en el sistema comunicativo mundial para la difusión de la tecnología industrial,

las instituciones sociales modernas y el modelo de sociedad de libre mercado. El choque de este "paradigma modernizador" con sus metas de independencia nacional dio lugar a una segunda generación de teóricos muy influenciados por la teoría de la dependencia y preocupados por la expansión de las corporaciones multinacionales. Ellos consideraron al Estado —la institución autónoma más fuerte en muchos países en desarrollo— como fundamental en una planificación independiente para responder a las necesidades de desarrollo indígena como el centro de la cultura nacional. Otra generación de teóricos ha argumentado que ambos, los paradigmas modernizantes y los de disociación terminaron otorgando un papel privilegiado a las elites nacionales. Estos teóricos sugieren que el auténtico desarrollo debe estar basado en los movimientos sociopolíticos autóctonos y en la cultura popular. Cada uno de estos paradigmas tiende a legitimar a un diferente grupo de actores políticos y refuerza tendencias hacia el conflicto político además de perpetuar estancamientos políticos. Una cuarta generación ve la necesidad de un modelo de política de comunicación que promueva la negociación político-económica y sociocultural, y la integración. Esta perspectiva ve la formación de una cultura nacional común como base para el desarrollo nacional y enfatiza el papel de los medios masivos como un tipo de ritual cultural público para negociar en los conflictos culturales y llegar a acuerdos en lo que se refiere a valores comunes.[2]

Buscando una base para la esfera pública

El cambio sostenido más allá de los factores puramente económicos, técnicos y políticos hacia un énfasis en la dimensión cultural ha sido determinado, en gran parte, por el problema de la carencia de una esfera pública fuerte en muchos países en vías de desarrollo. Descriptivamente, la esfera pública se refiere a ese aspecto de la acción social, instituciones culturales e instancias de decisión colectiva que afectan a *toda* la población de una sociedad y que articulan los intereses de toda la población en el cuerpo nacional. La definición de la esfera pública y su aceptación en la cultura sociopolítica establece un área de objetivos nacionales comunes y una concepción del bienestar común. También subraya para los principales sectores sociales obligaciones de contribución al bienestar común (justicia contributiva) y los criterios para la distribución de los beneficios de acuerdo con las necesidades (justicia distributiva).

La constitución y el mantenimiento de una esfera pública ha sido un problema perenne en todas las sociedades, y se dice que una nación existe en la medida en que tiene un núcleo de interacción social que es verdaderamente común y público. Sin embargo, la creación de las instituciones y una cultura de la esfera pública han sido la meta suprema para las nuevas naciones. Al trazarse las fronteras nacionales, se ha reunido a gente de diferentes regiones, lealtades, lenguajes, culturas, divisiones de casta y clases, tradiciones de sectarismo religioso y profundas identidades familiares y tribales. Repentinamente, estos grupos encontraron que su bienestar dependía de ser capaces de trabajar juntos como una población unificada. Si antes estas sociedades estaban fragmentadas en pequeñas unidades económicas autosuficientes, cada una con su propio estatuto corporativo e identidad histórica, el reto era crear un sistema económico nacional y un sistema común de decisión política y de servicios. Este sistema tenía que incorporar y ligar estas unidades subsidiarias pero, al mismo tiempo, respetar sus intereses particulares.

Este objetivo de crear una esfera pública nacional era una moneda de dos caras ya que la unidad societal *interna* tenía que ser simultáneamente la identidad pública internacional *externa* en el proceso de descolonización y entrada a relaciones geopolíticas competitivas. Más aún, la esfera pública nacional fue un punto de referencia importante en la contribución de un país en particular a la creación de una esfera pública internacional en un nivel diferente.

Si la esfera pública nacional era débil, entonces diversas redes internacionales de intereses sectoriales políticos, económicos, culturales y religiosos podrían fácilmente conectarse con intereses sectoriales en el país y posteriormente impedir la formación de una esfera pública nacional. En una época en que los avances de la tecnología de la comunicación internacional eran rápidos, las personas fueron reconociendo que eran "ciudadanos del mundo" con derechos humanos universales, precisamente cuando la creación de una esfera nacional era crucial.

La creación de la esfera pública genera problemas de comunicación en diferentes niveles. El más evidente es la necesidad de una infraestructura física de comunicación: un sistema postal y telefónico, radiodifusión nacional, un sistema de impresión para producir y distribuir desde diarios hasta libros escolares, etc. Países con experiencia en tecnologías avanzadas fueron rápidos en proponer la tecnología de transmisión de comunicación como base universal de la esfera pública, en parte porque ésta parecía ser una solución rápida y automática que requería poco más que un transmisor físico y entrenamiento técnico de la población local. Sin embargo, la experiencia subsecuente ha demostrado que esta fue, en sí misma, una base superficial e inadecuada para la esfera pública.

Mucho más importante es una estructura institucional central que, en esencia, define qué es de *valor* común para toda la población. Este grupo de instituciones sociales (una concepción valorativa de la organización social que define el comportamiento social) negocia entre lo que son consideradas necesidades universales, esenciales, objetivos y aspectos del bienestar y los objetivos, valores, etc. de sectores particulares de la sociedad. Lo más importante, la institución integradora *interpreta* qué es de valor para cada sector dentro de una cierta "aceptación" común útil y aceptable por todos en términos de los objetivos universales. Como podemos ver, las teorías del desarrollo se han basado en concepciones que diferencian estas estructuras de mediación, abarcando desde un modelo de sociedad de libre mercado hasta el modelo de planificación centralizada en el rol del Estado.

Lo que es crucial es que aquello que es definido como valor común tiene que ser lo suficientemente neutral y comprehensivo como para dar valor a la gran diversidad de intereses, talentos, recursos y oportunidades en una sociedad y debe ser capaz de reformular continuamente lo que es considerado el bienestar común, universal, cuando nuevos actores sociales con nuevos valores particulares entran en la esfera social. Las instituciones centrales de negociación tienen también que manejar los principales conflictos en valores particulares y ser lo suficientemente amplias y flexibles para redistribuir el poder social cuando se presenten importantes movimientos sociales que buscan el cambio social. De otra manera, las principales instituciones mediadoras pierden legitimidad y la sociedad se quiebra en conflictos irreconciliables. También es importante que la institución mediadora integre otras redes asociadas económicas, políticas y socioculturales, como extensiones de sí misma.

Es obvio que esta institución negociadora, mediadora, traductora es también una estructura central de intercomunicación que conecta regiones, comunidades, gremios, importantes sectores de opinión, cohortes de edad, etc. En términos comunicacionales, lo que se define como valor común es también un lenguaje común que fácilmente traduce otros lenguajes particulares y que es compatible con la lógica de estos lenguajes. Más importante aún, esta institución define lo que es información válida; esto es, lo que es considerado dentro del rango de la verdad, lo racional, lo epistemológicamente correcto. En el proceso de construir un lenguaje común también se define lo que es considerado información importante que debe ser, por derecho, puesta a disposición de todos si van a participar en la toma de decisión respecto de la búsqueda del bienestar común. Esta institución también diseña el proceso organizacional de producir y distribuir información

con justicia, y hace posible que los sectores particulares produzcan una cultura común, convergente, en un lenguaje aceptable para todos. Está abierta a conflictos culturales graves y a desafíos de hegemonía cultural, que continuamente plantean la cuestión de "qué clase de cultura está creando nuestra convergente comunicación" y de "si es ésta la clase de cultura que queremos crear".

En una era en que nos estamos moviendo hacia una esfera pública internacional, hay necesidad de una compatibilidad supranacional de las instituciones nacionales mediadoras centrales. Pero la institución negociadora, mediadora debe, antes que nada, responder a la ecología local, a la historia y cultura de la sociedad particular. Y esta sociedad local debe tener amplio espacio de autodeterminación en lo relativo a la esfera internacional.

Buscando una nueva metodología para las ciencias de la comunicación para el desarrollo

En los cuarenta años de historia de la comunicación para el desarrollo la tendencia ha sido constituir una red sectorial, por ejemplo, la técnica-económica, con su infraestructura y su discurso de valores, y tratar de hacer desde ahí la base de la esfera pública. Las teorías han variado desde la que daba prioridad a la infraestructura técnica, a lo económico, lo político, y la cultura indígena y popular. Como se señala más arriba, cuando esto se traduce en estrategia política y política pública, esta exclusividad de concepciones de la esfera pública ha exacerbado tensiones regionales, étnicas, religiosas, y otras basadas en la cultura, hasta el punto que el conflicto civil y las graves injusticias paralizan sustantivos esfuerzos de desarrollo y la formación de la esfera pública. Más aún, los que se han propuesto como símbolos del bienestar común han fallado al tratar de concitar la lealtad y disposición de algún sector social significativo. Por ejemplo, las nuevas elites modernizantes en las burocracias de servicio público y el incipiente sector de la economía empresarial que se benefician enormemente de los nuevos recursos educativos y de comunicación en los centros urbanos fracasan al instaurar el servicio al bien común desde su *ethos* profesional y se oponen a la más mínima aceptación de legítimas obligaciones de justicia contributiva y distributiva. Este discurso exclusivo destruye la legitimidad de lo que otros sectores como los campesinos o las clases trabajadoras pueden ofrecer al bienestar común. Cuando estas concepciones parciales de la esfera pública son llevadas a niveles muy concretos de acción tales como la distribución del presupuesto nacional, amplios sectores no solo fracasan al obtener recursos para activar su contribución al bienestar común sino que les son negados los derechos humanos básicos.

Las primeras teorías de comunicación y desarrollo trataban de construir una tradición iluminista de análisis racionalista e ingeniería social. Así, uno se desplaza de un modelo analítico que interrelaciona las principales variables o factores del desarrollo hacia una planificación con objetivos definidos. En sociedades donde los mecanismos de la esfera pública han sido desarrollados más o menos satisfactoriamente, los procedimientos de planificación presuponen que uno de los insumos de información será la articulación y agregación de intereses particulares en la sociedad. En las sociedades en desarrollo, sin embargo, las elites políticas y de planificación han juzgado con frecuencia que estos procedimientos de una esfera pública están ausentes y que la implementación de la planificación por fuertes ejecutivos debe avanzar sin el lujo de amplias consultas. Consecuente con este concepto de la necesidad de una planificación e implementación centralizadas se asume la comunicación centralizada con propósitos de educar al público para aceptar y cooperar en la planificación. Esto ha hecho particularmente atractiva la premisa de que los medios masivos tienen una enorme capacidad de movilización pública hacia objetivos de planificación. Aun teorías que reclaman la importancia de participación de las clases populares y defienden la cultura popular frecuentemente trabajan bajo el supuesto impacto negativo del poder de medios e ideologías poderosos.

Cuando la planificación no ha evolucionado con base en un discurso público y dentro de procedimientos de la esfera pública, la gente no ve esta esfera como "racional" o "absoluta" sino simplemente como expresión de intereses particulares. La creencia en la efectividad automática de la supuesta y autoevidente racionalidad del proceso de planificación lleva a una excesiva dependencia en la acción de ejecutivos poderosos o a depender de la supuesta capacidad persuasiva de los poderosos medios masivos. Los movimientos de reforma que buscan cambios en la estructura de poder o reformas importantes en las instituciones de los medios fracasan al elaborar una política significativa constitutiva o articulada a la continuidad institucional de la sociedad. El fracaso de los ejecutivos poderosos o los grupos reformistas de vanguardia de generar la planificación desde abajo está ampliamente documentado.[3]

Pese a los fracasos de los movimientos de planificación para el desarrollo y de reforma social, las naciones siguen existiendo y la integración sociopolítica-cultural parece que prosigue en cierto grado. Hay una semblanza de la esfera pública, más evidente, quizás, cuando la sociedad se enfrenta a una crisis nacional o amenaza externa. Este hecho ha obligado a los analistas sociopolíticos, especialmente en América Latina, a dejar en suspenso su nivel macro, las teorías normativas del desarrollo nacional y mirar con más detenimiento los procesos de construcción de la esfera pública en el nivel de la vida diaria. Esto ha determinado un nuevo aporte en los estudios de comunicación que deja de lado la preocupación por el impacto unilateral de los medios masivos en beneficio del modo en que los diferentes grupos sociales construyen sus discursos de significación (Martín Barbero). Es cada vez mayor la atención acerca de cómo los discursos de los diferentes medios, géneros y formatos se desenvuelven en una sociedad y cómo las audiencias interactúan selectivamente (y activamente) con los medios en la construcción de sus subculturas particulares. Esto no ha significado negar la hegemonía cultural, pero sí enfoca la forma en que esta hegemonía es creada y resistida en las prácticas de la vida diaria. Esto ha llevado a una creciente observación de cómo el discurso público común se está desarrollando a través de formas variadas de síntesis cultural. En vez de asumir la pureza en la segmentación cultural con la expectativa, por ejemplo, de que lo moderno reemplaza a lo tradicional, es evidente que la evolución de las culturas nacionales es una mixtura de lo rural y lo urbano, lo tradicional y lo moderno, lo religioso y lo racionalista, etc. En la confrontación y conflicto de los diversos discursos culturales hay una continua reelaboración de estos discursos, que incorpora diferentes perspectivas y valores en términos de sus propias lógicas y legitima la existencia de otros discursos.

Aunque las perspectivas de la comunicación y el desarrollo han cambiado significativamente a lo largo de los últimos cuarenta años, en la medida en que los teóricos de la comunicación y expertos políticos de los países en desarrollo se han comprometido más, el debate ha seguido centrado en el papel que tiene la comunicación en el desarrollo de la esfera pública. Teóricos que usan un lenguaje modernizante para describir el desarrollo, como Lerner, Schramm y Pye, estuvieron muy involucrados en la formación de la esfera pública. Ellos vieron el aislamiento de las comunidades rurales, la diversidad de subculturas y la carencia de comunicación entre grupos étnicos particulares como una de las más evidentes características del subdesarrollo. Especialmente Schramm definió el desarrollo como la introducción al proceso de un amplio diálogo nacional en la consecución de objetivos nacionales, política nacional y talentos nacionales. Este diálogo propiciaba el clima para lo que Schramm (1964) denominó *nationness*.

Los comunicólogos que en los países en desarrollo abrieron la crítica al paradigma de la modernización

no sólo se vieron involucrados en la consulta política sino que muchas veces fueron identificados con los movimientos sociopolíticos en oposición a la dominación de las elites modernistas aliadas con la expansión internacional político-económica. Estos críticos abordaron la investigación en comunicaciones en términos de dependencia, democratización de la comunicación y mayor acceso de las clases populares a los medios. En los años 70 el programa de la UNESCO para el desarrollo de políticas nacionales de comunicación consiguió el apoyo de muchos jóvenes investigadores y trasladó el centro de sus estudios desde temas puramente funcionales tales como métodos de difusión de innovaciones hacia otros mucho más amplios de servicio público nacional. El intento de quince años por formular el concepto de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) congregó a los investigadores de la comunicación de América Latina, África y Asia y esto no fue sólo un fructífero intercambio de ideas sino que propició en las naciones del Sur una posición más unificada. Los presupuestos del NOMIC tendían a incorporar argumentos dispersos en un marco más unificado que aún constituye el fundamento de gran parte del pensamiento acerca de comunicación y desarrollo (White 1988).

El nuevo enfoque de la construcción cultural del significado no es una negación de los temas políticos, tal como lo señalan los teóricos latinoamericanos (Martín Barbero), sino un intento por lograr un entendimiento cabal acerca de cómo se están dando en la actualidad la democratización de la comunicación y el desafío a la hegemonía político-económica. Esta nueva perspectiva está proveyendo la base para una más adecuada formulación de los aspectos políticos del NOMIC.

Concepciones de la esfera pública en el paradigma de la modernización

En esta aproximación, muy relacionada con la transferencia tecnológica, un primer nivel de la esfera pública fue el de constituirla integrando la infraestructura física de la tecnología moderna y de las organizaciones burocráticas modernas de "extensión". Esto parecía una sencilla, automática "vuelta a la llave" de la esfera pública y estaba estrechamente relacionada con el objetivo de poner y hacer accesible la información tecnológica productiva dentro de la fórmula clásica de factores del desarrollo económico. La herencia de este modelo son las estructuras de agricultura, salud y otras burocracias de extensión que ahora recomponen la mayor parte de los países en desarrollo. Poco se pensó, sin embargo, en cómo la estructura de poder existente o la estructura de clases o castas que ya definían el flujo de información iban a moldear este patrón de comunicación, sobreimpuesto, a sus propios fines.

Un segundo nivel del modelo de modernización giró hacia una tradición de liberalismo económico y argumentó que el libre mercado constituía un área pública desinteresada. Esto definió a toda la sociedad esencialmente como un mercado en donde el talento, las ideas, la nueva tecnología, la educación y los estilos particulares de vida podían ser "traducidos" en un bien público dándoles un valor de mercado cuantificado y universal. Tan pronto como algo llegaba al mercado era despojado de su significado cultural particular y se convertía en moneda corriente disponible para todos. El sistema de mercado era una fuerza motivadora para el "hombre económico", que atrae a individuos, comunidades aisladas y distritos hacia un sistema de intercambio nacional e internacional. En el mercado los privilegios definidos culturalmente supuestamente no marcaban ninguna diferencia.

Una tercera dimensión neutralizadora, supracultural de la concepción modernizadora de la esfera pública fue el uso del lenguaje instrumental, desvalorizado, de la ciencia tecnológica positivista. Cuanto más se podía cuantificar, tanto más se podía desculturizar y hacer accesible a todos. Las identificaciones nacionales, étnicas, religiosas y de clase

fueron eliminadas al definirse la historia como un progreso evolutivo universal, mundial determinista. Todos los mitos locales fueron traducidos en un gran mito de progreso, de tal manera que había un único lenguaje del progreso económico, progreso social, progreso político, progreso cultural, para todas las áreas de la cultura (Lerner 1964).

El "Estado" autónomo, nacionalista de la esfera pública

Para la mayoría de los líderes nacionalistas, especialmente si eran líderes de movimientos revolucionarios dispuestos a cortar ataduras con los imperios coloniales, la concepción modernizadora del desarrollo contradecía sus objetivos de autonomía política, económica y cultural.

La aparentemente beneficiosa transferencia de tecnología y organización moderna fue en realidad una extensión de instituciones de los países noratlánticos que determinó una relación de dependencia y una división del trabajo en beneficio de las naciones industrializadas. La definición de la esfera pública como un sistema de mercado de intercambio internacional dejó a los países en vías de desarrollo en una perpetua situación de desventaja en la cual no sólo los productos sino también los mejores talentos e ideas se filtraron para siempre desde la periferia hacia el centro de la economía política mundial. Más aún, el ideal de valores universales, objetivos, que no conocía de limitaciones particulares minó la identidad nacional, étnica y cultural que los movimientos independentistas habían alimentado. La transferencia significó muchas veces vínculos privados que reforzaban las profundamente arraigadas tendencias centrífugas, desintegradoras, que los líderes políticos estaban tratando de convertir a una identidad nacional unificada. Tecnologías e instituciones que se habían desplegado fuera de la historia del noratlántico por lo general no arraigaron nunca en los valores y aspiraciones de los países que las adoptaron, e innumerables proyectos de desarrollo murieron después de que el dinero extranjero cesó o crearon agónicas burocracias mecánicas que no sirvieron sino para los empleadores. Los pobladores locales sintieron que sus vidas oscilaban entre un mundo moderno y uno local.

Los dirigentes políticos pudieron ver que la moderna tecnología, las organizaciones sociopolíticas y algunas formas de la economía de mercado eran importantes si la independencia nacional iba a mantenerse frente a la competencia internacional. Pero los dirigentes percibieron que las concepciones modernistas de la esfera pública no producían precisamente una cultura pública que cimentara la búsqueda del nacionalismo y que motivara a la gente a trabajar por el desarrollo societal endógeno.

Para los movimientos de independencia político-económica la institución del Estado parecía ofrecer una estructura organizacional a través de la cual se podría desarrollar un sentido de identidad nacional (Ansah 1985). En muchos contextos el Estado fue virtualmente la única estructura suficientemente fuerte como para equilibrar y dirigir la base interna de los vínculos técnico-económicos internacionales hacia objetivos nacionales. El Estado era también la institución que debía ser reconocida pronto, tanto interna cuanto internacionalmente, como el auténtico y legítimo representante de los ideales de autonomía.

En ausencia de una cultura profundamente arraigada de interés público, los dirigentes políticos introdujeron como la más visible expresión operativa de la esfera pública la planificación sistemática y centralizada. Esta sería la coordinadora de los vínculos de la economía y la comunicación no sólo de los múltiples servicios burocráticos sino también de las más descentralizadas organizaciones de desarrollo participantes, a nivel regional, distrital y vecinal (Narula). Y para asegurar la continua movilización de la población hacia objetivos a

largo plazo, los dirigentes políticos buscaron algunas formas de gobierno de partido único o acuerdos corporativos fuertes entre los líderes políticos y los partidos.

Para sustentar la independencia política los líderes dieron prioridad al establecimiento de una base industrial cada vez más autónoma. Dado que el capital indígena y la capacidad técnica eran escasos y la experiencia empresarial administrativa era, en el mejor de los casos incipiente, el Estado frecuentemente tomaba la iniciativa respecto del desarrollo industrial, ya sea directamente por medio de empresas estatales o a través de acuerdos cooperativos con grupos de empresarios nacionales. De esta manera los recursos del capital internacional y los servicios de asesoramiento económico fueron canalizados a través de los institutos estatales de planificación. Para apoyar los esfuerzos empresariales locales el Estado garantizaba recursos de capital y tarifas preferenciales, proveyó de un mercado protegido y construyó toda la infraestructura de comunicación, transporte o energía necesaria para el crecimiento industrial. Esto dio al Estado el poder para dirigir el desarrollo industrial hacia objetivos nacionales y forzar a los empresarios a planificar industrias básicas e integrarse en programas para una sustitución gradual de las importaciones.

Aunque la planificación guiada por el Estado fue, en muchos sentidos, una buena fórmula para dirigir los esfuerzos hacia el desarrollo nacional integrado y para una distribución equitativa de los escasos recursos, fue menos exitosa en crear una cultura de justicia contributiva y distributiva entre los muchos actores sociales que el desarrollo generó. A su vez, los esfuerzos por hacer un trabajo de planificación racional frecuentemente acentuaron las tendencias sociopolíticas desintegradoras, que eran el legado de instituciones coloniales, o profundas inflexibilidades socioculturales. La debilidad del modelo de planificación estatal para una esfera pública se hizo más evidente en el área de los sistemas de comunicación, medios y desarrollo cultural.

Dada la prioridad del desarrollo industrial, el Estado cayó con frecuencia en una dependencia especial respecto de las iniciativas empresariales. Con presiones político-económicas como las expectativas de la clase media emergente, el desempleo entre las masas de inmigrantes atraídos por los nuevos polos urbanos de desarrollo y las luchas con la balanza internacional de pagos, los dirigentes políticos estuvieron dispuestos a hacer grandes concesiones compensatorias a cualquier empresario dispuesto a asumir los riesgos del desarrollo industrial. Aunque el Estado se definía a sí mismo como al servicio del desarrollo de toda la población, la esfera pública operativa fue una especie de clientelismo político entre los líderes políticos y la nueva burguesía técnico-económica que trabajaba al interior de o en cercana asociación con la planificación estatal. La prensa y la radiodifusión (ahí donde la última estaba en manos de empresarios privados) fueron vistas como medios de apertura del mercado interno a través de la publicidad, difusión de programación o películas que difundían el consumismo. Por lo general había poca regulación cultural, mientras los medios no se opusieran abiertamente a los objetivos político-económicos nacionalistas o al partido en el poder (Fox 1988).

Donde había una herencia colonial de control de la prensa o la radiodifusión los órganos de planificación del Estado intentaron usar los medios en campañas de educación para grupos de los bajos estratos rurales y urbanos de acuerdo a objetivos económicos y políticos. Había un amplio reconocimiento del poder de los medios para producir cambios en las actitudes y el comportamiento, acuñado por una generación anterior de asesores en medios, orientados hacia la modernización. Y para crear y mantener un amplio apoyo popular los dirigentes políticos trataron de usar al máximo símbolos populistas, nacionalistas como motivación. Dada la prioridad de la industrialización, sin embargo, se esperaba que los campesinos rurales y los obreros industriales sacrificaran sus expectativas inmediatas de mejorar sus niveles de vida. Hubo gestos populistas hacia una reforma agraria, pero los principales objetivos fueron romper la oposición política de la aristocracia rural y racionalizar la producción agrícola. Las organizaciones populares de campesinos o gremiales fueron consideradas más como instrumentos de movilización que expresiones de intereses. Las líneas de comunicación de las aspiraciones populares hacia los círculos de debate político nacional no encajaban en los modelos de planificación racional y esta clase de comunicación fue llevada a periódicas y explosivas demostraciones o redes informales.[4]

En ciertas ocasiones los dirigentes políticos estuvieron dispuestos a dar apoyo directo a la creatividad de las comunidades indígenas, para el desarrollo del arte, drama, cine, la ficción imaginativa o el entretenimiento popular, especialmente si ésta formulaba un mito nacional arraigando los movimientos de independencia en la historia étnica local. Pero los artistas creativos eran celosos de su propia libertad y esto llevó a frecuentes conflictos con los dirigentes políticos.[5] El modelo racional de movilización nacional dejó poco espacio para el periodismo crítico o la exploración ficcional. En intentos desesperados para sostener los planes de desarrollo vigentes y generar apoyo los gobiernos desarrollaron sistemas de estrecha censura que fueron percibidos como poco menos que defensa del partido en el poder y periodistas alienados. Los medios raramente propiciaron un foro público para el debate cultural y político que pudiera ganar confianza en los medios locales, y la comunidad creativa, especialmente entre los simpatizantes de los movimientos populares, no pocas veces cayó en la espiral ascendente de la oposición política y cultural.

Los medios también constituyeron un problema para una identidad nacional cultural y política porque las emergentes clases medias urbanas, con frecuencia aparentemente más occidentalizadas, buscaban un rango más amplio de información impresa y entretenimiento popular que no podía ser satisfecho inmediatamente sólo por servicios de noticias extranjeros o por la importación de programas de cine o televisión. Las instituciones de radiodifusión fueron por lo general continuación o réplica de los sistemas coloniales instaurados originalmente para servir a enclaves expatriados, y siguieron manteniendo la dependencia técnica y de capacitación que tenían respecto de las instituciones de radiodifusión de los antiguos patrones coloniales. La prensa y los sistemas de radiodifusión siguieron en su designio de servir a la elite occidentalizada en los principales centros urbanos, y los formatos noticiosos y de entretenimiento fueron poco diferentes de los de los países del Atlántico norte (Golding y Elliott 1979). Generalmente se hacían pocos esfuerzos para desarrollar una prensa rural o sistema de radiodifusión al servicio de los sectores mayoritarios de la población, y cuando se intentó hacerlo, despertó suspicacias en las autoridades del gobierno (Heath 1986).

Los líderes políticos y culturales más visionarios fueron cada vez más conscientes de que los objetivos de independencia política y económica eran posibles sólo si había también independencia cultural. También era obvio que el énfasis en la planificación económica había descuidado la planificación de un mayor desarrollo en la comunicación tecnológica, una estructura local de medios e industrias culturales nacionales. El flujo de la cultura popular foránea, especialmente de los Estados Unidos, fue el símbolo más visible de lo que se creía una nueva forma de "imperialismo cultural", creando una sumisión a las ideologías foráneas que deterioró la independencia nacional. El dominio de los nuevos flujos de información por agencias de noticias localizadas en países industrializados fue considerado también como elemento que afectaba la capacidad para la toma de decisiones políticas independientes. Esta fue la base para las propuestas del NOMIC desarrollado por el Movimiento de Países No Alineados en los años 70 y respaldadas por la UNESCO y otras agencias de las Naciones Unidas como una extensión del Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI). La plataforma básica de las propuestas del NOMIC fueron consignadas en el lenguaje de la planificación na-

cional de la comunicación, un discurso entendible y aceptable para los modelos de planificación estatista del desarrollo, sostenidos por la mayor parte de los países del Movimiento de NOAL. Uno de los principales resultados del debate del NOMIC fue, sin embargo, que el enfoque del desarrollo se desplazó de lo económico a lo cultural.

Mientras se desarrollaba el debate muchos investigadores de la comunicación participativa y periodistas comenzaron a señalar que el nuevo orden debía enfrentar no sólo asuntos referidos a la soberanía nacional en comunicación sino incluir una democratización interna de los medios que proveyera al gran público acceso al control de los mismos. Esta fue la única base sólida para un consenso cultural amplio y una base más sólida para la legitimación del Estado mismo. Esto no encajó muy bien en la concepción de la planificación centralizada y el control centralizado de los medios. Así mismo cuestionó el supuesto de que el consenso cultural podía ser creado por medios poderosos que reeducaran a la población en el sentido de apoyar lealmente los planes del gobierno. Sin embargo, el hecho de que esta forma de educación masiva no sólo estuviera fracasando sino causando alienación y generando la más amplia crítica, cuestionaba todo el modelo. Muchos comenzaron a sugerir que la cuestión de cómo desarrollar un profundo consenso cultural debía ser repensada (Fox 1990).

Hegemonía popular y hegemonía cultural como esfera pública

Tanto el acercamiento al desarrollo desde la modernización como desde la independencia nacional otorgaron un papel fundamental a las elites modernizadoras y han tratado de crear una esfera pública dominada por ellas. Aunque los movimientos de independencia nacional generalmente han comenzado con una amplia base popular y han usado símbolos culturales populistas, la prioridad dada a la planificación urbana básica, las extensas burocracias y la industrialización ha favorecido el ascenso individual y finalmente ha relegado a las masas de campesinos con niveles de subsistencia y a los migrantes rurales de las ciudades.

Este proceso es ciertamente más acentuado en el modelo modernizante de desarrollo o en las propuestas de planificación centrada en el Estado que han hecho concesiones al modelo de modernización. Al favorecer el concepto de un mercado competitivo de la esfera pública y priorizar la distribución de recursos a la agricultura comercial u otros sectores empresariales, la situación de los agricultores con niveles de semisubsistencia y trabajadores no especializados se deteriora rápidamente (Migdal 1974). El establecer el modo de vida transnacional, urbano y racionalizado como valor normativo intensifica rápidamente la depreciación de las culturas folclóricas tradicionales y la cultura urbana de los pobres, una depreciación que con frecuencia ya existía en sociedades agrícolas jerarquizadas.

En medio de grandes expectativas, el creciente empobrecimiento del campesinado y de los migrantes urbanos lleva a la desesperación, que explota a través de manifestaciones espontáneas de protesta locales y levantamientos ante las agudas y brutales injusticias como la expulsión de las tierras. Estos movimientos locales son con frecuencia el primer paso hacia la creación de una comunicación alternativa horizontal y organizacional entre los pobres de las zonas rurales y los de las zonas urbanas. Cuando estos grupos se movilizan en protesta generan un nuevo lenguaje y cultura que instauran un valor positivo a todo lo que se asocia con la vida de los pobres. Los estigmas de estatus de las minorías étnico-raciales y el desprecio por la historia oral, narrativa, de las clases bajas devienen símbolos de su identidad social (White 1969). Enfrentados con la transnacionalización herodiana de la cultura de la clase media urbana y las elites, los iletrados líderes de los pobres perciben pronto a las clases populares como la fuente de la auténtica cultura y energía social en el "interior" de la nación. Las clases populares son redefinidas como representantes de una adaptación a la ecología, la historia y la tradición indígenas de la nación. En esta experiencia emerge un nuevo actor social y esta es la génesis de la concepción de la esfera pública centrada en las organizaciones de base y la cultura popular.

Para los líderes políticos y planificadores acostumbrados a pensar en los sectores marginales como pasivos, masa fatalista que debe ser despertada, educada y moldeada por la planificación racionalista estos movimientos populares escenifican una nueva dimensión del desarrollo nacional. Los pobres son capaces de resistir activamente a la modernización, articulando un concepto alternativo de desarrollo y consolidando la base de una organización política propia.

Como se señala más arriba, tanto las concepciones de la modernización como la de la planificación centralizada en el Estado crean oposición entre sectores específicos de las elites urbanas: los líderes intelectuales con formación literaria, filosófica y sociopolítica que ven destruida la riqueza de la cultura nacional tradicional por una tecnocracia foránea y una cultura *pop* superficial; periodistas y otros que rechazan la censura; los líderes religiosos de todos los niveles que ven la modernización como un proceso de secularización; los dirigentes de obreros especializados que son más conscientes de su explotación en provecho de la generación de capital; y, aun, la pequeña burguesía ascendente que ve que a pesar de todo su entrenamiento técnico y la retórica de la racionalización, los mejores puestos en la burocracia son otorgados teniendo en cuenta los lazos personales tradicionales (Wolf 1969).

Los disidentes que tratan de reformar y democratizar el desarrollo desde dentro de los partidos políticos o las estructuras burocráticas encuentran que las coaliciones de políticos y las elites modernistas tienen un dominio prácticamente impenetrable en los aparatos del Estado y en otras instituciones centrales de la sociedad. El auge de la protesta popular entre los grupos marginales sugiere que la reforma y el cambio deben ser edificados desde la periferia de la sociedad hacia el centro hasta que se convierta en la organización sociopolítica dominante del país.

Las elites disidentes construyen alianzas con los grupos de menor estatus y aplican sus habilidades organizativas y políticas para convertir una protesta aislada en un movimiento nacional con base popular. Esto introduce una estructura de la comunicación entre el pobre del campo y de la ciudad y los centros nacionales de decisión, muy diferente de la tradicional estructura jerárquica o aquella de las extensas burocracias que emanaba de los centros de planificación o investigación. Por un lado, cuando disidentes sociales científicos y educadores como Paulo Freire son expulsados de universidades y oficinas nacionales de planificación, ellos aportan información significativa para la constitución de una organización política de oposición y estructura socioeconómica alternativa. Por otro lado, ayudan a los grupos de estratos bajos a articular su cultura y sus aspiraciones de tal manera que puedan ser proyectadas dentro de la esfera del debate político-económico y sociocultural de la nación. Esto dramatiza la concepción participativa de la esfera pública.

Las elites disidentes refuerzan, con su alejamiento de la modernización, la noción de que la cultura popular es la auténtica cultura nacional. Usando sus talentos en la educación, análisis cultural y comunicación, las elites ayudan a los pobres a reconocer y a apropiarse de su cultura de modo que los grupos de bajos estratos puedan devenir actores en la formación de una cultura e historia nacionales. Aun más, las elites incorporan la cultura popular en la literatura, drama y filosofía política presentando a las clases populares como las reales protagonistas de la historia nacional. La estructura organizacional de estas alianzas es también un factor que ayuda a construir los modelos de comunicación alternativa, horizontal, interpersonal de protesta dispersa, en una estructura de comunicación regional y nacional al introducir nuevas formas

de estrategias de comunicación y de medios masivos, tales como la radio, audiovisuales y la prensa artesanal. A estos movimientos generalmente se les niega el acceso a los medios dominantes y su información y lenguaje son tan diferentes de los formatos noticiosos y de entretenimiento estandarizados por la orientación técnico-económica de la modernización, que la traducción a estas formas aceptadas destruye su significado original. Los medios populares, siguiendo el principio de participación, adaptan el medio a los lenguajes, símbolos y patrones de comunicación de los pobres, al punto de producir un conjunto totalmente diferente de formatos y organización del medio. Los medios populares, alternativos son participatorios, articulan la cultura popular, no son profesionales, y son abiertamente críticos y enfáticos en la producción cultural nacional indígena. Esto demuestra la posibilidad de democratizar la comunicación y proveer una base de comunicación diferente a la esfera pública. La amplia experiencia en comunicación popular en América Latina, India, Filipinas y en cierta medida, en partes de Asia y África tuvo una significativa influencia en la introducción del concepto de democratización de la comunicación en la plataforma de debate del NOMIC.

Estas alianzas populares nacionales han ganado suficiente fuerza como para proponer que la esfera pública existente sea ampliada para incluir una red de organización popular y comunicación. Negociar estas reformas suele ser extremadamente difícil políticamente, independientemente de cuán razonables y justas parezcan ser, porque esto implica una organización radicalmente diferente de la sociedad y una significativa redistribución del poder social. En muchos casos, cuando las elites modernistas están sólidamente afincadas, estas reformas sólo se pueden aplicar rápidamente por medio de una guerra civil. Y, donde los movimientos populares sociopolíticos ganan cierto grado de poder político, la transferencia de formas más comunitarias, participativas de instituciones socioeconómicas desarrolladas en movimientos populares hacia instituciones nacionales articuladas con una economía política internacional ha constituido un gran reto administrativo (Reyes Matta 1982).

Además, estos movimientos de reforma se basan frecuentemente en nociones idealizadas y puristas de la cultura popular, que pueden existir sólo entre los sectores más politizados de las clases populares. Donde la izquierda utópica ha tenido influencia, la cultura popular ha sido definida en términos de una movilización racionalista que deja de lado muchas continuidades de la memoria narrativa, momentos de celebración y fiesta, los elementos modernos que han sido integrados a la cultura popular y los ritmos normales de vida en las clases populares. El rechazo de los medios masivos como imposición de ideologías dominantes se hace difícil de mantener cuando constatamos que las clases populares —supuestamente capaces de resistir o interpretar activamente la cultura masiva— en realidad obtienen un gran porcentaje de placer y autoafirmación del drama ficcional, la música u otras formas de los modernos medios masivos (Martín Barbero). Finalmente, si la cultura popular de los pobres es la única auténtica cultura, ¿en dónde encajan las clases trabajadoras urbanas o las clases medias?

Pese a sus deficiencias, las propuestas de una hegemonía y participación popular que emerge de las nuevas alianzas sociopolíticas han sido indudablemente un correctivo a anteriores concepciones de la esfera pública. Más importante aún es que el debate acerca del rol de la cultura popular en la formación de culturas nacionales trajo al centro de la atención el tema de la cultura.

(Traducción de Ana María Cano)

Notas

1 Las contrastantes tipologías de comunicación y desarrollo aparecen en Hedebro (1982). La terminología explícita de "paradigma" es usada, por ejemplo, en el libro de texto de Narula y Barnett Pearce (1986).

2 Uno de los profesionales más importantes en el área de comunicación y desarrollo y probablemente quien mejor representa algunas de las nuevas líneas de pensamiento es Jan Servaes (1986) del Institute of Mass Communication y de la Catholic University of Nijmegen, The Netherlands. Él ha destacado la importancia del análisis cultural, el proceso dialéctico de la comunicación entre las instancias de poder, la democratización de la comunicación y el reconocimiento de los múltiples modelos de desarrollo. Jesús Martín Barbero (1987) y Jorge González (1987) en México están también haciendo contribuciones.

3 El fracaso de las reformas de los medios propugnadas por ejecutivos populistas fuertes en Perú, Venezuela y México ha sido descrita por Elizabeth Fox (1988). Un caso típico de fracaso en el programa de modernización con absoluto control de los medios masivos, pero carente de legitimación por las continuidades culturales, es el del Sha en Irán. Véase Annabelle Sreberny-Mohammadi (1985).

4 Aunque hay una legión de ejemplos al respecto, una descripción particularmente buena y un análisis del desarrollo de las redes alternativas de comunicación popular se encuentran en Regina Festa y otros (1986).

5 Véanse, por ejemplo, dos documentos de Michael Etherton (1982): "El apoyo de los dramaturgos al gobierno africano" y "La oposición de los dramaturgos en regímenes unipartidarios".

Bibliografía citada

Ansah, Paul (1985). "The Role of the State in Broadcasting in Africa" en *Media Development*, Vol. 32, N° 2.

Etherton, Michael (1982). *The Development of African Drama*. London, Hutchinson & Co Publishers.

Festa, Regina y otros (1986). *Comunicación popular y alternativa*. Buenos Aires, Ediciones Paulinas.

Fox, Elizabeth (1988). *Media and Politics in Latin America: The Struggle for Democracy*. London and Newbury Park, California, Sage Publications.

Fox, Elizabeth (1990). *Días de Baile: El Fracaso de la Reforma en la Televisión de América Latina*. México, FELAFACS WACC.

Golding, Peter y Elliott, Philip (1979). *Making the News*. London, Longman Group Limited.

González, Jorge (1987). "Los frentes culturales" en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Vol. 1, N° 3, mayo.

Heath, Carla W. (1986). "Politics of Broadcasting in Kenya - Community Radio Suffers" en *Media Development*, Vol. 33, N° 2.

Hedebro, Göran (1982). *Communication and Social Change in Developing Nations*. Ames, Iowa, The Iowa State University Press.

Katz, Elihu y Wedell, George (1977). *Broadcasting in the Third World: Promise and Performance*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.

Lerner, Daniel (1964). *The Passing of Traditional Society*. New York, The Free Press.

Martín Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. México, Editorial Gustavo Gili.

Migdal, Joel (1974). *Peasants, Politics and Revolution*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Narula, Uma y Barnett Pearce, W. (1986). *Development as Communication: A Perspective on India*. Carbondale, Illinois, Southern Illinois University Press.

Reyes Matta, Fernando (1982). "La comunicación alternativa como respuesta democrática" en Fox, Elizabeth y otros *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima, DESCO.

Rogers, Everett M. (1976). *Communication and Development: Critical Perspectives*. Berverly Hills, California, Sage Publications.

Schramm, Wilbur (1964). *Mass Media and National Development*. Stanford, California, Stanford University Press y Paris, UNESCO.

Schramm, Wilbur y Lerner, Daniel (eds.) (1976). *Communication and Change: The Last Ten Years - And the Next*. Honolulu, Hawaii, The University Press of Hawaii.

Servaes, Jan (1986). "Communication and Development Paradigms: An Overview"en *Media Asia*, Vol. 13, N° 3.

Sreberny-Mohammadi, Annabelle (1985). "The Power of Non-Mass Communication: The Case of Iran". Tesis de PhD no publicada. Columbia University, New York.

White, Robert A. (1969). "Mexico: The Zapata Movement and the Revolution" en Landsberger, Henry A. *Latin America Peasant Movements*. Ithaca, New York, Cornell University Press.

White, Robert A. (1988). "NWICO Has Become a People's Movement" en *Media Development*, Vol. 35, N° 1.

Wolf, Eric R. (1969). *Peasant Wars of the Twentieth Century*. New York, Harper and Row.

White, Robert A. (1990). Extracto de "Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo. El rol de la dramaturgia cultural en la creación de una esfera pública". Publicado en español en *Diálogos de la Comunicación*, No. 34. Lima, septiembre de 1992. Reproducción autorizada por el autor.

Redescubriendo al "pueblo"

1990

Extracto de *La comunicación en la participación popular: el empoderamiento del pueblo para su propio desarrollo*

Erskine Childers

De repente, después de varias décadas de problemas, se presenta una nueva oportunidad. La profesión del desarrollo ha venido redescubriendo la primacía de las personas sobre el dinero, el concreto y la maquinaria. Ninguna reunión internacional puede finalizar respetablemente sin una invocación seria a la importancia del "desarrollo de los recursos humanos", y la frase "participación popular" —que por tanto tiempo simplemente se introducía en algún rincón de las declaraciones y documentos sin que ninguno de los implicados supiera lo que realmente significaba— también se está poniendo de moda. Con un poco de suerte, pero sobre todo con mucha comunicación, los años 1990 podrían quedar como la década del desarrollo por el pueblo, del pueblo y para el pueblo.

Childers, Erskine (1990). "Communication in Popular Participation. Empowering People for Their Own Development". Monografía sin publicar. ONU, Comisión Económica para África, Arusha, Tanzania. Reproducción autorizada.

Extracto de

La comunicación en la participación popular: el empoderamiento del pueblo para su propio desarrollo

Erskine Childers

En el mundo, la fuerza más poderosa, y a la vez la más elusiva, siempre ha sido la comunicación. En todas las etapas de la sociedad humana, ha sido la corriente vital de noticias, conocimientos y entretenimiento; de la cultura y los sistemas de valor que son la savia y la estabilidad de la sociedad; del cambio evolutivo en la gobernabilidad y la producción; y, de la agitación revolucionaria. La comunicación es la sustancia de las *percepciones*: lo que las personas entienden sobre sí mismas y su entorno, y cómo funcionan todas las fuerzas de su universo, qué *cambian* de ese entendimiento y cómo reaccionan a esos cambios. La comunicación es la suma de la *información relevante* con la que gente puede empoderarse para el desarrollo en sus comunidades.

De ahí que en realidad *siempre* hayamos vivido en una incesante "era de la comunicación"; de lo contrario no habríamos vivido. Nuestros sabios ancestros de todas las culturas siempre lo comprendieron así y hablaban de la primacía de "la palabra" y

Comunicación: los "insumos" equivocados

1990

Extracto de *La comunicación en la participación popular: el empoderamiento del pueblo para su propio desarrollo*

Erskine Childers

Una vez que el concepto de desarrollo se centra en la *gente*, una evaluación del contexto, o entorno, de la comunicación para el desarrollo de un país o una región supone puntos de partida bastante distintos que en el modelo occidental de "insumos".

En ese modelo, un "insumo" es algo que proviene de fuera, de fuera de un país hacia "dentro" de él, lo que se ve reflejado —de muy cerca— en las frases "ayuda" y "transferencia de tecnología"; o de fuera de la zona rural, donde vive la mayoría de la gente, "hacia abajo" a las aldeas (que siempre están "abajo" en relación a las ciudades, a la gente moderna educada y al gobierno central, que están "arriba"). Los programas de desarrollo eran cosas que se preparaban en oficinas urbanas y "llegaban" en vehículos de doble tracción. Contenían "objetivos" calculados a nivel "macro" (que también está "arriba") y referencias a "grupos objetivo": las personas que "van a" o "deben" hacer las cosas indicadas en los documentos.

Si a alguien se le ocurría pensar en la comunicación para estos procesos, era igualmente en una comunicación dirigida a estos "grupos objetivo", que supuestamente no tenían nada profesional o valioso que decir sobre dicho desarrollo mientras no "llegara", ya "empaquetado". Dichos "insumos" de comunicación se concebían en gran parte a través de los "medios masivos" (impresos, radio, televisión), todos los cuales tenían las mismas características "de-a"; es decir, nadie puede *interpelar* a un documento impreso, al altavoz de una radioemisora ni a una pantalla de televisión.

Childers, Erskine (1990). "Communication in Popular Participation. Empowering People for Their Own Development". Monografía sin publicar. ONU, Comisión Económica para África, Arusha, Tanzania. Reproducción autorizada.

de "visión". Pero, a medida que evolucionaron las especializaciones profesionales y científicas, empezaron a dominar las percepciones de lo que mueve y cambia la sociedad, y se sumergió a "la palabra". Incluso hoy, cuando la tecnología moderna de la información ha popularizado la idea de que ésta es la primera "era de la información", o una "revolución de la información", la atención se centra en los artefactos y lo que hacen antes que en la comunicación humana como una corriente que cursa por todos los emprendimientos humanos y les da su fuerza motriz, ahora y desde los comienzos de la sociedad.

Así sobrevino el predominio de la "economía", que ha adquirido una dimensión casi mítica como proceso y como fuerza en sí misma. Sin embargo, un momento de reflexión nos revela que la "economía" no es sino el resultado de flujos particulares de información. El "dinero" no tiene ningún valor intrínseco, excepto el que grupos humanos deciden que representa en un momento dado: papel moneda respaldado por oro u otro bien canjeable, cuyo valor sube y baja según la demanda del grupo que quiere algo que no tiene, o de lo que quiere tener más, o menos.

El "valor" es una percepción que se comunica. "Desear" es una decisión basada en información, mezclada con un deseo que a su vez procede de una percepción, que a su turno ha sido comunicada a la persona que desea. Estas funciones constantemente subyacentes tras la comunicación en las economías se presentan de manera muy dramática en las bolsas de valores actuales, donde todo el valor de las acciones puede desmoronarse arrasado en medio de un incendio propagado (mediante la comunicación) por el miedo de alguien. El miedo, en este caso, es una percepción de que algo va a ir mal en la "economía", es toda una mezcolanza de percepciones. Cuando esta noticia corre (se comunica) a través del mundo, en pocas horas ocurre un pandemonio en otra bolsa de valores. Varias "economías" o, de hecho, la "economía mundial" interdependiente, se ven profundamente afectadas y no necesariamente

porque algo físico haya sucedido. Aun cuando algo físico sucede, como una sequía o una guerra, es la *interpretación* de ello (las percepciones que se comunican) la que provoca que en esas bolsas de valores la gente entre en pánico y compre o venda.

La comunicación en el desarrollo

Si aplicamos estas proposiciones al desarrollo, no podemos evitar darnos cuenta de que el *cómo* "funciona" y si "funciona", y si *dura* y se vuelve autosuficiente, depende en gran medida de la comunicación humana. El desarrollo consiste en procesos en los que se estimula (mediante la comunicación) a diversos grupos a mejorar aspectos de sus formas de vivir y producir. El desarrollo, por tanto, es cultural, está *cargado* de percepciones y comunicaciones, y no es sólo cuestión de "insumos" materiales. El dinero, los materiales y los equipos producirán desarrollo sólo si quienes supuestamente los van a usar deciden que vale la pena *correr el riesgo de utilizar esos "insumos" para un cambio que ellos quieren para sí*, y si obtienen *la información técnica nueva apropiada*. Todas sus decisiones son funciones de la percepción y la comunicación; sus nuevas herramientas de conocimiento y las técnicas mismas sólo llegan, evidentemente, con la comunicación.

Sin embargo, la comunicación humana es la línea generalmente no escrita entre cada línea efectivamente escrita de un programa o proyecto de desarrollo. Estos documentos aseveran que, a consecuencia de los "insumos" señalados, una serie de cosas concretas van a suceder; por ejemplo, que la producción de alimentos "va a" aumentar o las enfermedades se "van a" reducir dentro de los plazos establecidos.

Cada aseveración de lo que "va a" pasar, no obstante, significa en realidad que deben ocurrir todas las secuencias de comunicación, con audiencias identificadas, en el idioma apropiado, en el orden apropiado, que transmitan innovaciones que ellos querrán adoptar porque habrán participado en la planificación de la tarea que han aprendido a aplicar mediante un apoyo informativo respetuoso y sostenido.

Los agricultores no "aumentan la producción de alimentos" porque un documento de planificación de desarrollo afirma que "se va a" incrementar, o porque ese documento efectivamente decida una inyección de fertilizantes y equipos, incluso planes de irrigación. Los agricultores aumentarán su producción *cuando hacerlo tenga sentido para ellos*; cuando *ellos* estén convencidos de que una nueva técnica propuesta va a ser sustancialmente segura como para no arriesgar su subsistencia, y cuando su sabio conocimiento heredado de su suelo y *su clima* les diga que la nueva semilla o el nuevo método de usar la tierra es seguro. La mayoría de agricultores no va a hacer nada de esto a menos que reciban lo que ellos consideran que es información adecuada sobre las nuevas técnicas propuestas en términos (lenguaje) que ellos puedan entender, y con las preguntas que esta información genere inicialmente contestadas por alguien en quien confían (agentes de extensión, es decir, comunicadores agrícolas locales).

La gente no adopta nuevas prácticas de salud porque algún plan ajeno a ella dice que eso se "va a" hacer. Lo hará cuando se le haya comunicado suficiente información como para permitirle considerar la causa sugerida de la enfermedad, detenidamente y consultando con sus propios sabios en materia de salud, y decidir si adoptar las nuevas prácticas tiene sentido *a riesgo* de amenazar el estado de salud del que goza. Nuevamente, no lo hará a menos que la nueva información le llegue en un lenguaje que pueda manejar y que las preguntas que genere sean contestadas por alguien en quienes ellos puedan confiar.

Del mismo modo, la gente no adopta la planificación familiar porque un plan poblacional declare que la fertilidad neta "tiene" que reducirse. Lo hará cuando haya decidido cuidadosamente acerca de toda una complicada red de ideas nuevas que se le *ofrece* a través de la comunicación: desde las relaciones de género a una reducción de la carga de trabajo de las mujeres y las cargas financieras de la familia, a percepciones de que la mortalidad infantil se está reduciendo debido a las nuevas instalaciones sanitarias de modo que no sólo sobrevivirán dos o tres niños y, más allá, el lugar que ocupa la procreación en su sistema de valores. Todo esto se refiere a la comunicación humana antes que a cualquier otra cosa.

Tan pronto esto se enuncia, es totalmente evidente. Sin embargo, en la mayoría de los documentos de desarrollo no es posible encontrar *planes* para esa comunicación, sólo el omnipresente y exhaustivamente pronunciado "va a", con "planes" para todo lo demás. Al igual que "economía", al igual que "agricultura", al igual que "salud", al desarrollo mismo se le ha asignado su propia especie de talla mítica y poder asumido, divorciados de la población porque sus planificadores y administradores (nacionales y de asistencia externa) generalmente han obviado el papel de la comunicación humana.

Childers, Erskine (1990). "Communication in Popular Participation. Empowering People for Their Own Development". Monografía sin publicar. ONU, Comisión Económica para África, Arusha, Tanzania. Reproducción autorizada.

La brecha de la heterofilia

Extracto de *La comunicación de apoyo al desarrollo y la participación popular en los proyectos de desarrollo*

Robert Agunga

Teóricos de la comunicación como Rogers (1969, 1983) y Berlo (1960) han indicado que la comunicación humana es más eficaz cuando las dos personas o participantes de la comunicación son parecidos, similares u homófilos. La homofilia, dice Rogers (1983), «es el grado en que pares de personas que interactúan tienen atributos inciertos similares, tales como creencias, educación, posición social y otros análogos». Berlo trata este tema más sucintamente en su modelo de comunicación Fuente-Mensaje-Canal-Receptor (FMCR).

El modelo FMCR plantea que el proceso de comunicación empieza con una fuente con ideas o información por transmitir a un público. Las ideas se transforman en mensajes o un conjunto de símbolos, y luego se transmiten a un receptor a través de un medio o una combinación de medios de difusión. Berlo centra la atención en la eficacia y la fidelidad del comunicador. La fidelidad de la comunicación —escribe— «es el aislamiento de los factores dentro de cada uno de los ingredientes de la comunicación que determinan la eficacia de la comunicación». El modelo FMCR de Berlo especifica las categorías de características de la fuente y el receptor que afectan la eficacia de un intercambio de comunicación. Éstas incluyen las habilidades de comunicación, actitudes, conocimientos, sistema social y antecedentes culturales. Mientras mayor sea la homofilia entre la fuente y el receptor en cuanto a estos factores, más eficaz será el acto de la comunicación. El problema es que los agentes

de extensión son muy distintos de sus receptores, especialmente respecto de sus habilidades de comunicación y niveles de conocimientos.

Como explica Rogers (1983), los agentes de cambio en la mayoría de los países en vías de desarrollo son técnicamente más competentes que sus beneficiarios; son altamente capacitados, pero no hablan el mismo idioma que sus "audiencias". En otras palabras, son heterófilos. En consecuencia, la comunicación entre los agentes de cambio y sus beneficiarios es a menudo ineficaz.

La heterofilia es el opuesto de la homofilia. Es el «grado en que pares de personas que interactúan son diferentes en cuanto a ciertos atributos» (Rogers 1983). La brecha de la heterofilia se vuelve evidente si se examinan las características de los participantes en el proceso de toma de decisiones de un proyecto.

Los participantes en la toma de decisiones para el desarrollo

Tomar decisiones para el desarrollo implica que dos o más partes sostengan un diálogo. Diálogo es "hablar juntos" o un "intercambio y discusión de ideas, especialmente de manera abierta y franca, en busca de un entendimiento mutuo o armonía". El entendimiento mutuo supone naturalmente algún nivel de coincidencia entre los participantes en el diálogo (Berlo 1960). Por lo tanto, la idea de la toma participativa de decisiones plantea varias preguntas. ¿Quiénes son los participantes del proceso de toma de decisiones? ¿Cuáles son sus características? ¿Son compatibles entre ellos como copartícipes en la toma de decisiones? Si no lo son, ¿cómo se puede establecer el diálogo entre dos partes con características de comunicación disímiles?

La identificación de los participantes iniciales en la toma de decisiones para el desarrollo depende del nivel en el que se están tomando las decisiones, desde el nivel macro (por ejemplo de gobierno a gobierno) hasta el nivel micro (por ejemplo, de agente de extensión a campesino). La esencia de la ayuda recibida de los países industrializados a manera de combustible para motivar y acelerar el desarrollo en el Tercer Mundo sugiere una nomenclatura a nivel macro de dos partícipes: (1) los países que otorgan la ayuda, por un lado, y (2) los países que la reciben, por el otro. Los países que la otorgan son generalmente las naciones industrializadas de Occidente (Hurni 1980).

A nivel macro, los burócratas y especialistas técnicos toman las decisiones. Frecuentemente existen diferencias culturales sustantivas entre quienes dan la ayuda y quienes la reciben, pero estas diferencias no hacen que la comunicación sea incompatible. Los funcionarios gubernamentales emplean a intérpretes profesionales, cuando es necesario, y el lenguaje científico, con el que los técnicos se comunican entre sí, está diseñado para maximizar el entendimiento mutuo.

La brecha de la heterofilia es más evidente, sin embargo, a nivel de las bases. A nivel micro, es decir de proyecto, los donantes extranjeros, los burócratas locales y los técnicos trabajan concertadamente con los especialistas que desean llevar el desarrollo a los pobladores del Tercer Mundo. En un sentido amplio, los especialistas son los benefactores del desarrollo. La población rural y la población urbana pobres, cuyo bienestar desean mejorar los especialistas, son los beneficiarios.

Tanto los benefactores como los beneficiarios enfrentan la mayor probabilidad de incompatibilidad en la comunicación y, por lo tanto, el mayor peligro de malentendidos mutuos, que pueden hacer fracasar la factibilidad de una toma de decisiones participativa útil entre los dos grupos (Cuadro A).

La primera columna del Cuadro presenta el sistema de benefactores, que abarca a los expertos técnicos, a menudo asignados a los proyectos de desarrollo. Son agrónomos, zootécnicos e ingenieros de irrigación. Estos técnicos han sido entrenados, casi invariablemente, en áreas técnicas y no en comunicación.

El sistema de beneficiarios (segunda columna) abarca a la multitud de clientelas del desarrollo, tales como campesinos agricultores y ganaderos, grupos de mujeres y asociaciones juveniles.

La línea punteada representa la interfaz entre los dos sistemas. Debido a la incompatibilidad cultural y comunicacional —la brecha de la heterofilia—, la interacción entre los dos sistemas a menudo es limitada.

Cuadro 1
Participantes en la toma de decisiones para el desarrollo a nivel de proyecto

Sistema de benefactores	↑	Sistema de beneficiarios
Organismos bilaterales de ayuda Organismos multilaterales de ayuda Ministerios gubernamentales Organizaciones no gubernamentales		Cultivadores agrícolas Criadores de ganado Grupos de mujeres Asociaciones juveniles

Interfaz

Interacción limitada entre los benefactores y los beneficiarios en la interfaz

Un análisis de cada una de las partes explicará la magnitud de la brecha de la heterofilia.

Los benefactores

El término benefactor se refiere a alguien que confiere un beneficio (Lionberger y Gwin 1982). En el contexto del desarrollo, el benefactor es el organismo impulsor del cambio. En la extensión agrícola, el benefactor es el agente de cambio que lleva a cabo el programa de desarrollo.

Tal como se muestra en el Cuadro 1 varios tipos de organismos influyen en las decisiones de innovación de sus beneficiarios. Los organismos multilaterales de ayuda, tales como el Banco Mundial, la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) y UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia), ejercen bastante influencia en el proceso de decisiones de innovación. Los organismos bilaterales, por ejemplo la USAID (Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional) y la ODA (Administración de Desarrollo Extranjero del Reino Unido), también influyen en el proceso. Además, las organizaciones no gubernamentales (ONG) que actúan como agencias de desarrollo (Oxfam, Africare, Save the Children Fund, organizaciones afiliadas a iglesias) también tienen un papel en el proceso. Estos organismos no pertenecen a los países del Tercer Mundo. Facilitan el desarrollo mediante el suministro de capital, equipos, conocimientos y asistencia técnica para el desarrollo.

Además de los expertos en asistencia técnica, los gobiernos del Tercer Mundo tienen sus propias instancias impulsoras del cambio: los ministerios de salud y agricultura, y organismos especializados como las juntas y empresas paraestatales que, en cierta medida, trabajan con sus contrapartes extranjeras para llevar servicios a su beneficiario común: los pobres del Tercer Mundo. Se supone que cada técnico extranjero debe tener una contraparte local, ya sea un colega experto o un practicante que esté siendo entrenado por un experto (Havelock 1971; Chambers 1983). La relación entre los técnicos extranjeros y sus contrapartes locales no siempre es fácil (Posz, Jun y Storm 1973; Ascroft 1974).

La asistencia técnica

El ingrediente básico de la ayuda al desarrollo son las ideas nuevas en forma de técnicas y tecnologías. Bajo el rubro de asistencia técnica, expertos de las economías industrializadas llegan a las sociedades en vías de desarrollo para impartir conocimientos y habilidades técnicas. El presidente de Estados Unidos Harry Truman (1951) fue el primero en plan-

tear este principio de transferencia técnica. En su Programa Punto Cuatro, Truman invocó al pueblo estadounidense y a los demás países industrializados a poner los beneficios de sus conocimientos técnicos a disposición de las naciones amantes de la paz para ayudar a los países pobres a lograr sus aspiraciones de una vida mejor (Daniels 1951).

Desde entonces, la asistencia técnica ha seguido siendo un componente importante de los organismos de desarrollo, tales como USAID y el Banco Mundial (Lethem y Riley 1982). No se puede negar que los países en vías de desarrollo necesitan asistencia técnica de los países industrializados. La asistencia técnica es necesaria. Pero si cumple con su objetivo fundamental —ayudar a los pobres a mejorar su calidad de vida— es otro tema.

Existen dos corrientes amplias de pensamiento sobre el papel de la asistencia técnica. Por un lado están quienes consideran que la asistencia técnica contribuye poco a mejorar las condiciones de vida de los pobladores de las regiones subdesarrolladas del mundo y, por el otro, quienes piensan que la asistencia técnica funciona.

La asistencia técnica como neocolonialismo

Según una corriente de pensamiento, la asistencia técnica no cumple con su objetivo porque atiende las necesidades de los benefactores y no las de los beneficiarios. Ward (1970) alega que, en su forma actual, el desarrollo beneficia a los países industrializados política y económicamente más que a los países menos industrializados. Seligson (1984) ha demostrado que la brecha entre los ingresos de los países ricos y pobres ha crecido enormemente entre 1950 y 1980, cuando supuestamente las inyecciones masivas de asistencia técnica debían producir el efecto contrario. Seligson señala que los ingresos promedio per cápita en 1950 en los países en vías de desarrollo eran de US$ 164, mientras que en los industrializados alcanzaban US$ 3.841. En 1980, los ingresos per cápita en los países pobres habían subido a sólo US$ 245, mientras que en los países industrializados habían alcanzado vertiginosamente los US$ 9.648.

Ndeti (1971), Goulet y Hudson (1971), Hayter (1971, 1981) y Payer (1982) sostienen que el suministro de expertos técnicos y de la ayuda en general, es sólo una cortina de humo para perpetuar la dependencia. Al aceptar asistencia técnica, los países en vías de desarrollo entran en el juego de los países industrializados.

La asistencia técnica como altruismo

Según la otra corriente de pensamiento, la asistencia técnica sigue sin lograr sus objetivos propuestos, si bien los motivos de la ayuda son altruistas. La asistencia técnica fracasa porque quienes dan la ayuda no comprenden a quienes la reciben ni entienden sus necesidades. Estos teóricos no aceptan la perspectiva de que la asistencia técnica sirve principalmente a los intereses de los donantes a costa de los receptores. Más bien, la ven como una lucha valiente por lograr la meta del desarrollo, una lucha que se frustra debido a limitaciones insuperables (Ascroft, Agunga, Gratama y Masilela 1987).

Entre estas limitaciones, una de las más importantes es la dimensión sociocultural, que revela lo inmensamente diferentes —dos mundos literalmente aparte— que son los técnicos extranjeros de sus presuntos beneficiarios (Ascroft 1974). Los técnicos extranjeros son distintos en cuanto a los conocimientos y habilidades adquiridos por su educación. Se diferencian de los receptores de la ayuda en su cultura, idioma y habilidades de comunicación. Un perfil de los expertos extranjeros indica que tienen por lo general un nivel alto de educación (la gran mayoría posee un título universitario). Provienen de un entorno monolingüe (algunos son bilingües, pero rara vez multilingües).

Sus idiomas son invariablemente ricos en palabras, técnicamente complejos, capaces de dar cabida al idioma de la ciencia y cada uno es fácil de traducir al otro (Ascroft, Roling, Kariuki y Chege 1971).

Se da un problema de comunicación similar entre los técnicos locales y los expertos de asistencia técnica, por un lado, y entre los técnicos locales y los beneficiarios del desarrollo, por el otro.

En primer lugar, la relación entre los técnicos locales y los expertos extranjeros es espinosa (Posz y otros). Los expertos extranjeros generalmente sienten que deben soportar la incompetencia de sus contrapartes. Muchos alegan que el personal de la contraparte local es perezoso, corrupto y exhibe poca o ninguna simpatía por los pobres (May 1981). Los funcionarios locales, por su parte, a menudo encuentran que sus colegas extranjeros son renuentes a compartir la toma de decisiones estratégicas con sus contrapartes, obviando la cooperación a fin de asumir el control total de las decisiones (Ascroft 1974). En fin, la incapacidad de los expertos locales y extranjeros de interactuar eficazmente crea problemas de comunicación que deben resolverse antes de que puedan trabajar juntos para atender eficazmente a sus presuntos beneficiarios.

También existen problemas de comunicación entre los técnicos locales y el público usuario. Aunque los especialistas locales generalmente tienen la ventaja de una compatibilidad cultural con sus beneficiarios previstos, su nivel de educación y de vida a menudo es igual al de los técnicos extranjeros. Esto crea una incompatibilidad fundamental con sus raíces. Habiendo asimilado uno o más idiomas de los países industrializados, y quizá una religión y un estilo de vida extranjeros, han perdido la habilidad de comunicarse eficazmente con sus compatriotas. Es posible que se hayan criado en la zona objetivo, pero quizá ya no comprendan a la gente. Todavía hablan el idioma local, pero ahora lo mezclan con tantas palabras extranjeras que ya no se les entiende. La jerga técnica como "gramos por galón", "centímetros", "milímetros", "hectáreas", "acres" y "grados Celsius o Fahrenheit" con mucha frecuencia no tienen equivalentes locales en los idiomas y dialectos de la población beneficiaria. No obstante, los agentes de extensión usan esos términos todo el tiempo en el diálogo con los campesinos (Ascroft y otros 1973, Roling 1974).

Por lo tanto, para que los expertos de asistencia técnica y los técnicos locales se comuniquen eficazmente entre sí y, especialmente, con sus beneficiarios, necesitarían la ayuda de expertos en comunicación para traducir el contenido técnico a una forma simplificada que los campesinos puedan entender. También se requiere del experto en comunicación para facilitar la coordinación y los enlaces entre las organizaciones que participan en el complejo del programa integrado de desarrollo rural.

Los beneficiarios del desarrollo

Entre los beneficiarios de más bajo nivel de la ayuda para el desarrollo en el Tercer Mundo están las familias campesinas. Los campesinos, según Shanin (1966), constituyen la mayoría de la humanidad pero, pese a su número, son los menos comprendidos. Rogers (1969) dice que los campesinos «constituyen por lo menos tres cuartas partes de la población en la mayoría de los países menos desarrollados». Su principal característica es que el suyo es un sistema de supervivencia, que casi siempre incluye alguna forma de participación en la agricultura (Roling y de Zeeuw 1981). Rogers (1969) describe a los campesinos como «agricultores orientados principalmente (pero no necesariamente por completo) hacia la producción de subsistencia».

Se sabe relativamente poco acerca de la respuesta de los campesinos a los esfuerzos de los benefactores que tratan de cambiarlos en nombre del desarrollo. Las primeras formas de ayuda organizada, dirigidas específicamente a los campesinos del Tercer Mundo, empezaron en las décadas de 1950 y 1960 (Schultz 1964). Los resultados fueron sumamente desalentadores, lo que llevó a sospechar que el tra-

dicionalismo de la población local la hacía resistente al cambio (Rogers 1969, Inkeles y Smith 1974).

La idea de la intransigencia campesina cobró vigencia con la publicación de la teoría de la «subcultura del campesinado» de Rogers en 1969. Rogers caracterizó a los campesinos como personas que carecen de la cualidad de innovación, necesitan gratificación y empatía, y a menudo son hostiles hacia los funcionarios gubernamentales.

Pero en un estudio sobre los campesinos keniatas, Ascroft y otros (1973) demuestran que no son hostiles ni carecen de espíritu innovador. Señalan que, para ayudar a promover la adopción de innovaciones, la población local necesita información, conocimientos y habilidades que puedan ayudarla a decidir si optar por ellas. Los estudios muestran que los campesinos no se resisten al cambio, pero sí a que los obliguen a cambiar, especialmente si no se les informa adecuadamente sobre la conveniencia de hacerlo (Scott 1976, Ascroft 1974).

Ganarse la confianza y comprensión de los campesinos respecto de la comunicación requiere que el agente de cambio tenga habilidades comunicativas. Si un agente de cambio interactúa precariamente con un pequeño grupo de campesinos, la noticia correrá rápidamente. Ascroft (1974) observó que la noticia de una tecnología que se adoptó y fracasó, pronto fue de dominio público en regiones enteras de Zambia, lo cual hizo dudar a los campesinos del resto del país de si debían adoptarla. Se enteraron de este fracaso a través de los sistemas de comunicación tradicionales que, al igual que sus variedades de semillas y técnicas de siembra, se habían desarrollado a lo largo de milenios hasta convertirse en un sistema informativo confiable.

Matovu (1984) afirma que los medios de comunicación tradicionales por lo general han sido descuidados por los organismos de cambio como herramientas para llegar a los campesinos. Los misioneros del cambio nunca los han entendido realmente, y menos aún aprovechado. Los descartan por primitivos y no tecnológicos y, en consecuencia, por irrelevantes. Como señalan Ascroft, Brody y Matovu (1982): «¿Cómo podían imaginarse que los mensajes que pulsaban desde los *tambores hablantes* o se propagaban a través de las vías de comunicación tradicionales advertían a los demás de los riesgos que suponía seguir las recomendaciones tecnológicas occidentales?».

Cómo estrechar la brecha de la heterofilia

El análisis de la brecha de la heterofilia planteó sugerencias de acción comunicacional en dos niveles: (1) promover la coordinación y los enlaces entre los organismos benefactores; y, (2) movilizar, organizar y capacitar a los grupos beneficiarios para que participen activamente con el sector benefactor en la toma de decisiones sobre el desarrollo. La pregunta es si el personal de extensión agrícola a cargo de estas funciones tiene las destrezas comunicaciones para desempeñarlas eficazmente. Muchos teóricos señalan que no.

Coombs y otros (1976), que estudiaron los programas de desarrollo rural integrado (DRI) de primera generación a medida que se implementaban, afirmaron que la estrategia del DRI destacaba más por su retórica que por su acción en lo que se refiere a la falta de participación popular:

> «Un programa integrado [...] se supone que debe centrar su atención en las personas y su bienestar, y ver los programas desde las perspectivas de la gente. Es desde estas perspectivas, basadas en una comprensión de las necesidades, problemas y potencial de desarrollo de la población, que las interrelaciones entre programas se pueden volver más significativas».

Siempre según Coombs y otros, descubrir las necesidades y problemas de la población rural y alentarla y capacitarla para tomar decisiones participativas, demanda la incorporación de comunicadores profesionales, ausentes en los programas de DRI. El sistema de extensión de "capacitar y visitar" —la piedra angular de los programas de DRI— se ha mostrado ineficaz (Moore 1984; Agunga 1983). De hecho, en la India, donde se dice que "capacitar y visitar" ha tenido buenos resultados, se ha acuñado la expresión de "tocar y desaparecer" para referirse a ese sistema. El motivo principal del fracaso de "capacitar y visitar" es que los trabajadores de extensión carecen de habilidades de comunicación (Roling 1973, Ascroft y Gleason 1982).

Morgan (1984) señaló que la mayoría de los administradores del desarrollo tienen títulos en ingeniería o agricultura, pero «prácticamente ninguna capacitación en gestión (o comunicación) de ningún tipo». Honadle, Morss y VanSant (1980) advirtieron asimismo que la mayoría de los administradores de programas de DRI eran técnicos agrícolas que no contaban con habilidades de supervisión. McDermott (1982) afirmó que el desarrollo agrícola es «una función del comportamiento o el desempeño de personas individuales, desde el Ministro de Agricultura hasta la persona que trabaja con el azadón». Cambiar la conducta de las personas dedicadas a la agricultura, concluyó, es un emprendimiento de las ciencias sociales de la comunicación; no de agrónomos y zootécnicos.

Ascroft (1985) también advirtió que la tarea del desarrollo agrícola se encarga principalmente a los agentes de extensión. Sin embargo, señaló que están formados ante todo en el campo de la agricultura técnica y casi nada en el de la comunicación. Como agrónomos, afirmó Ascroft, los agentes de extensión pueden estar capacitados para sembrar y cultivar semillas de maíz híbrido hasta su fructífera cosecha, pero carecen de las habilidades de comunicación correspondientes para sembrar y cultivar, en las mentes de los campesinos, la adopción de las nuevas semillas y de las técnicas asociadas.

Chambers (1983), quien también estudió la administración de programas de desarrollo rural en los países en vías de desarrollo, encontró que la gestión, como especialización de la comunicación, sigue siendo un "punto ciego" a ojos de los profesionales del desarrollo. MacKenzie (1969) se hace eco de este sentimiento al lamentar la falta de comunicadores profesionales, dado que la comunicación constituye el grueso de toda la actividad administrativa.

Comunicación de apoyo al desarrollo

Lo que sugiere la brecha de la heterofilia es la necesidad de contar con comunicadores profesionales capacitados para el desarrollo rural en el Tercer Mundo. Aunque hay muchos trabajadores de extensión agrícola que pueden desempeñar las funciones de comunicación, no cuentan con las habilidades comunicacionales para ser eficaces. Por ese motivo, generalmente se sienten más cómodos con sus destrezas agrícolas que con las comunicacionales y, efectivamente, se consideran especialistas técnicos cuya tarea específica es la de compartir sus conocimientos con los agricultores campesinos. Pero no son estrategas generales de la comunicación y usualmente objetan que se les considere como tales. Instruidos para enseñar por medio de la demostración, carecen de los conocimientos y destrezas, como tan gráficamente lo ilustró Melkote (1984), para preparar los materiales que les permitan explayar, amplificar o multiplicar su discurso oral.

Por lo tanto, a manera de diagnóstico, los agentes de extensión están mejor preparados para ayudar a los agricultores campesinos en sus necesidades técnicas que en las de comprensión. Proporcionar esta asistencia técnica es, efectivamente, una función singularmente importante (Ascroft y otros 1987) y se seguirá identificando con los trabajadores de extensión agrícola, que continuarán identificando innovaciones y recomendando su adopción. Pero también seguirán necesitando ayuda de fuentes más profesionales respecto del logro de la participación y la comprensión popular de las metas del desarrollo. ¿Quién proporciona la pericia comunicacional?

A partir de comienzos de la década de 1970, varios académicos y profesionales de la comunicación para el desarrollo del Tercer Mundo vienen estudiando los temas de comunicación en el desarrollo rural bajo el rubro de "comunicación de apoyo al desarrollo" (CAD). Erskine Childers (1976), ahora Director de Información del Programa de Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas, quien acuñó el término, afirma que la CAD «es una disciplina en la planificación e implementación del desarrollo en la que se toman en cuenta más adecuadamente los factores conductuales humanos en el diseño de los proyectos de desarrollo y sus objetivos». Helli Perrett (1982), un consultor de comunicaciones del Banco Mundial, agrega:

> «El papel principal del apoyo de la comunicación es ayudar a crear el entorno humano necesario para que un proyecto o programa de desarrollo logre buenos resultados. Más específicamente, dicho apoyo aporta las actividades de información, motivación y educación necesarias para transformar en interés y compromiso la indiferencia que la población local pueda sentir hacia el proyecto, la ignorancia en conocimiento, la oposición en aceptación y apoyo, y las actitudes o hábitos establecidos que militan contra el cambio en otros que lo fomenten activamente».

Por último, Ascroft (1986), quien practica la comunicación de apoyo al desarrollo y es teórico, profesor y director del que quizá sea el primer programa de postgrado en esa disciplina, explica el problema de desarrollo que ha conducido a su surgimiento:

> «Simplemente, con mucha frecuencia no se logra transmitir el mensaje apropiado. Entre las buenas intenciones y el resultado final yacen los obstáculos de los supuestos no examinados, la información inadecuada, los malentendidos culturales, las estrategias inapropiadas y las técnicas de comunicación deficientes que se deben superar antes de que se pueda actuar a partir de un mensaje apropiado. Estos factores sociales y comunicacionales, aunque parezcan obvios, sólo recientemente han empezado a recibir la atención que merecen».

Bibliografía citada

Agunga, Robert A. (1989). "A Triadic Model of Communication for Participatory Decision Making in Third World Rural Development". Tesis doctoral. Iowa City, University of Iowa.

Ascroft, Joseph; Roling, Niels; Kariuki, Joseph y Chege, Fred (1973). "Extension and the Forgotten Farmer" en *Bulletin* Nº 37. Universidad Agrícola de Wageningen. Wageningen, Netherlands, Afdelingen voor Sociaal Wetenschappen aan Landbouwhogeschool Press.

Ascroft, Joseph; Agunga, Robert; Gratama, Ab y Masilela, Sipho (1987). "Communication in Support of Development: Lessons from Theory and Practice". Ponencia para el Seminario sobre la Comunicación y el Cambio. Honolulu, Hawai, Universidad de Hawai y el East-West Center.

Ascroft, Joseph (1974). "A Conspiracy of Courtesy" en *Development Digest*, Vol. XII, Nº 3.

Ascroft, Joseph (1985). Informe sobre el Taller sobre Comunicación para el Desarrollo y el Taller sobre Educación en Salud celebrados en la Universidad de Punjab, Lahore, Pakistán, bajo el patrocinio de UNICEF. Pakistán y Iowa City.

Balit, Silvia (1988). "Communication is the Message" en *Ceres*. The FAO Review, March-April, Nº 122.

Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York, Holt, Rinehart and Winston.

Brody, Alan M. (1984). "Development Support Communication Roles United Nations Programming: A Critical Review and Reconceptualization". Tesis doctoral. Iowa City, University of Iowa.

Chambers, Robert (1983). "No Shortcut Methods of Gathering Social Information for Rural Development Projects" en Cernea, Michael M. (ed.) *Putting People First: Sociological Variables in Rural Development*. London, Oxford University Press.

Childers, Erskine (1976). "Taking Humans Into Account" en *Media Asia*, Vol. 3, Nº 2.

Coombs, Philip H.; Monzoor, Ahmed y Pratina, Kale (1976). "Communication and Integrated Rural Development—Is It a New Rhetoric?" en *Media Asia*, Vol. 3, Nº 2.

Daniels, Walter (ed.) (1951). "The Presidents Proposal" en *The Point Fourt Program*. New York, H. W. Wilson.

Goulet, Denis y Hudson, Michael (1971). *The Myth of Aid: The Hidden Agenda of the Development Reports*. Maryknoll, New York, Orbis Books.

Havelock, Ronald G. (1971). *Planning for Innovation Through Dissemination and Utilization of Knowledge*. Ann Arbor, Michigan, University of Michigan Press.

Hayter, Theresa (1971). *Aid as Imperialism*. London, Penguin.

Hayter, Theresa (1981). *The Creation of World Poverty*. London, Pluto Press in Association with Third World First.

Honadle, George; Morss, Elliot R.; VanSant, Jerry y Gow, David D. (1980). *Integrated Rural Development: Making It Work?* Washington, D. C., Development Alternatives Inc.

Hurni, Bettina S. (1980). *The Lending Policy of the World Bank in the 1970s*. Boulder, Colorado, Westview Press.

Informe de la FAO (1987) de la Reunión de Consulta sobre la Comunicación de Apoyo al Desarrollo celebrada en Roma.

Inkeles, Alex y Smith, D. (1974). *Becoming Modern*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.

Lethem, Francis y Riley, Vincent (1981). "The World Bank's Technical Assistance: A Review of the Bank's Activities and the Lessons of Its Experience" en *Finance & Development*, December.

Lionberger, Herbert F. y Gwin, Paul H. (1982).*Communication Strategies: A Guide to Agricultural Change Agents*. Danville, Illinois, Interstate Printers & Publishers.

MacKenzie, R. A. (1969). "The Management Process in 3-D" en *Harvard Business Review*.

Matovu, Jacob (1984). "In Search of Mass Communication Strategies to Facilitate National Unity in Uganda". Tesis doctoral. Iowa City, University of Iowa.

May, Brian (1981). *The Third World Calamity*. London, Routledge & Kegan Paul.

McDermott, J. K. (1982). "Social Science Perspectives on Agricultural Development". Monografía leída en la Conferencia sobre Conocimientos y utilización: Teoría y práctica. Honolulu, East-West Center.

Melkote, Srinivas Rajagopal (1984). "The Biases in Extension Communication: Revealing the Comprehension Gap". Tesis doctoral. Iowa City, University of Iowa.

Moore, Mick (1984). "Institutional Development, the World Bank, and India's New Agricultural Extension Programme" en *The Journal of Developing Studies*.

Morgan, E. Phillip (1984). "Development Management and Management Development in Africa", en *Rural Africana*, Nº 18.

Ndeti, K. (1971)."Human Factor in Rural transformation" en Kempe, M. E. y Smith, L. D. (eds.) *Strategies for Improving Rural Welfare*. Kenya, University of Nairobi, Institute of Development Studies.

Payer, C. (1982). "The World Bank: A Critical Analysis" en *Monthly Review Press*. New York.

Perret, Heli E. (1982)."Using Communication Support in Projects: The World Bank Experience" en *World Bank Staff Working Papers*, Nº 551. Washington, D. C.

Posz, Gary S.; Jun, Jong S. y Storm, William B. (1973). *Administrative Alternatives in Development Assistantance*. Cambridge, Massachusetts, Ballinger Publishing Co.

Rogers, Everett M. (1987). "Communication and Development Today". Ponencia presentada en el Seminario sobre la Comunicación y el Cambio: Una agenda para la nueva era de la comunicación. Honolulu, 20 de julio a 1 de agosto.

Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of Innovations*. New York, The Free Press.

Rogers, Everett M. y Svenning, Lynne (Lynne). *Modernization Among Peasants: The Impact of Communication*. New York, Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Roling, Neils (1974). "Problem Solving Research" en *Ceres*. The FAO Review.

Roling, Neils y Zeeuw, Henk de (1984). *Improving the Quality of Rural Poverty Alleviation*. Netherlands, Internationaal Agrarisch Centrum.

Scott, James C. (1972). "The Erosion of the Patron-Client Bonds and Social Change in Southeast Asia" en *Journal of Asian Studies*, Nº 33, November.

Scott, James C. (1976). *The Moral Economy of the Peasant*. New Haven, Yale University Press.

Seligson, Mitchell A. (1984). "Defining the Gap Between Rich and Poor" en Seligson, Mitchell (ed.) *The Gap Between Rich and Poor*. Boulder, Colorado, Westview Press.

Shanin, Teodor (1966). "The Peasantry as a Political Factor" en *Sociological Review*, 14.

Ward, Barbara; Runnalls, J. D. y D'Anjou, Lenore (1970). "The Widening Gap: Development in the 1970s". Conferencia sobre el Desarrollo Económico Internacional, 15-21 de febrero. New York, Columbia University Press.

World Bank (1975). "Rural Development". Sector Policy Paper, February. Washington, D. C., World Bank.

Una perspectiva ética del desarrollo

Srinivas R. Melkote

En el diccionario, la ética se define como «la rama de la filosofía que trata de valores relacionados con el comportamiento humano, respecto del bien o del mal de ciertos actos y del bien o del mal de los motivos y fines de dichos actos» [...] Hasta ahora hemos tratado de analizar los temas que conciernen al desarrollo, tomando en cuenta los fundamentos morales de los actos humanos en las esferas de la teoría y de la formulación de políticas. En el curso del recorrido del lector por la saga del desarrollo o, más bien, del subdesarrollo [...] pueden haber surgido un sinnúmero de preguntas. Examinemos algunas de ellas:

1. ¿Qué es el desarrollo? Este término, tal como lo denota el paradigma dominante, es un concepto etnocéntrico de lo que debe ser el progreso. Describe el tipo de modernización que se ha logrado en los países de Europa occidental y Norteamérica. También ha mirado al desarrollo desde un nivel macro.

La mayoría de los modelos iniciales definían el desarrollo en términos bastante estrechos. Lo veían como crecimiento económico obtenido por medio de una mayor industrialización y la urbanización concomitante. Se pensaba que el desempeño del desarrollo se podía describir a través de mediciones, tales como el Producto Interno Bruto (PIB) y los niveles de ingresos per cápita.

En esta definición hacía falta señalar la necesidad de una definición más amplia del desarrollo. Todo debate sobre el desarrollo debe incluir el desarrollo físico, mental, social, cultural y espiritual de una persona en un ambiente libre de coerción o dependencia. Asimismo, se tendría que conceder más importancia a preservar y mantener las culturas y otros elementos tradicionales locales, ya que son generalmente los medios por los cuales la población estructura su realidad del mundo que la rodea. Las culturas locales en los países en vías de desarrollo, contrariamente a algunas ideas bastante arraigadas, no son estáticas. El hecho de que hayan sobrevivido a siglos de dominación extranjera hostil habla elocuentemente de su naturaleza dinámica. Como herramienta de desarrollo, pueden generar respuestas a muchos de los problemas de las comunidades debido al conocimiento profundo del *ethos* sociocultural del pueblo. Hablar, por tanto, de desarraigar las culturas locales es no sólo ingenuo, sino también éticamente indefendible.

2. ¿Desarrollo a qué nivel? Gran parte del trabajo se ha hecho a nivel del estado-nación. Incluso la investigación a nivel micro se ha centrado en llevar a la nación, o a alguna región en conjunto, a la modernidad.

Aquí hacía falta la conceptualización de que personas y grupos diferentes requieren de estrategias de desarrollo diferentes. Si el desarrollo no es crear más miseria para gran parte de la humanidad ubicada en la periferia, entonces necesitamos un proceso mediante el cual no sólo se desarrolle el concepto *mítico* de nación, sino que también se ayude a las masas desfavorecidas a superar su miserable existencia.

3. ¿Quién determina si es que y cuándo la definición de desarrollo —con o sin ciertas definiciones de los problemas— es aceptable o inaceptable? Las elites de cada país siempre han tenido la prerrogativa de decidir qué necesita el país [...] esto es inapropiado. Actualmente, en muchos países del Tercer Mundo el poder está concentrado en las manos de una pequeña elite. En esas circunstancias, cualquier definición de desarrollo planteada por las elites se orientará en favor de sus propios intereses.

En este planteamiento estaba ausente la participación de la comunidad. Quienes son objeto de una política deben participar en la definición, diseño y ejecución del proceso de desarrollo. Aunque esta idea se ha planteado con mucha frecuencia, no se ha implementado adecuadamente. ¿Cómo sería posible lograr una participación eficaz de las masas en el proceso de desarrollo? Un método útil sería considerar la creación de estructuras institucionales viables en la interfaz entre los organismos gubernamentales y las masas "anónimas", en las que pudieran participar activamente en todos los aspectos que afectan su bienestar. Una orientación ascendente (de abajo hacia arriba) como ésta tendría necesariamente que contar con una amplia participación. El concepto de participación preferido por las estrategias ascendentes, tales como los sistemas de comunicación participativos y las tecnologías intermedias, era estrecho: lograr que las masas cooperen en la adopción de mejores prácticas de salud, de aumento de la producción agrícola, etc. La verdadera participación, sin embargo, tal como se ha planteado, iría más allá de metas como una mayor productividad o mejores hábitos de salud, para dar lugar a la concientización de las masas respecto de sus estructuras sociales y espaciales, sumamente desiguales.

4. ¿Quién cosecha los beneficios del desarrollo y quién corre con los riesgos? Toda política que continúa explotando a las masas para favorecer a los ricos y poderosos es moralmente indefendible. Lo que se necesita en el futuro es una distribución más equitativa de los beneficios y los riesgos del desarrollo entre todas las clases sociales y económicas. Quizá el modelo occidental, tal como es enunciado en el paradigma dominante, es inapropiado para los países del Tercer Mundo. Este modelo, que destacaba la tecnología con uso intensivo de capital y la planificación centralizada del desarrollo, ha otorgado una ventaja desigual a las elites. Un modelo alternativo que resalte el uso intensivo de mano de obra y una planificación descentralizada del desarrollo, con una participación eficaz de la población local, sería más apropiada en el Tercer Mundo.

Agunga, Robert (1990). "The Heterophily Gap". Extracto de "Development Support Communication and Popular Participation in Development Projects" en *Gazette*, 45. The Netherlands, Kluwer Academic Publishers. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

5. ¿Cuáles son las implicaciones morales a nivel de formulación de políticas? Los responsables de formular las políticas, sobre la base de sus propias acciones, deberían abstenerse de aumentar la miseria humana. Habría que concentrarse en el desarrollo humano; es decir, en reducir el sufrimiento humano y no aumentarlo. Berger (1976) describe sucintamente algunas de las implicaciones a nivel de formulación de políticas para el desarrollo:

La mayoría de las decisiones políticas se toman sobre la base de conocimientos inadecuados. Comprender esto significa que las opciones de política que cobran un alto costo humano deben tomarse con mucha cautela.

Los costos humanos más apremiantes se refieren a la privación y el sufrimiento físico. El imperativo moral más apremiante en la formulación de políticas es un cálculo del dolor.

Lo que se necesita urgentemente hoy es que cada intelectual que se ocupa del desarrollo y cada responsable de formular políticas de desarrollo emprendan un autoexamen de este tipo.

Bibliografía citada

Berger, Peter L. (1976). *Pyramids of Sacrifice*. New York, Anchor Books.

Melkote, Srinivas R. (2001). "An Ethical Perspective of Development" en Melkote, Srinivas R. y Steeves, H. Leslie, *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice*. New Delhi, Sage Publishing India Pvt. Ltd. Reproducción autorizada por el autor y el titular de los derechos de autor.

Crítica de la participación comunitaria

Extracto de *Lecciones para comunicadores*

Neill McKee

Muchos de los experimentos que se han hecho con comunicación participativa en el pasado solamente implicaban «consultas superficiales» y eran parte de «un ritual antes que realmente sustantivas» (Abed y otros 1991). Una mirada más cercana revela que muchos de estos experimentos eran "iniciativas verticales" que dependían de un líder carismático y que apenas habían contribuido en mejoras marginales, que rara vez beneficiaban a los sectores más pobres (BRAC 1988a, 1988b). Para quienes favorecen el mercadeo social, el enfoque completamente participativo es demasiado idealista, poco práctico y nebuloso. Lo rechazan porque su impacto es de una escala muy pequeña. En un contexto global en el que los fondos para el desarrollo son más escasos, los enfoques de participación comunitaria en los que la propia gente fija sus agendas, no son bien vistos en cuando al costo-eficiencia. Si todas las comunidades pudieran decidir sobre sus prioridades en un proceso transparente, sería muy difícil llegar a las prioridades nacionales para producir planes nacionales de desarrollo.

Otro contraargumento de quienes favorecen el mercadeo social es que cualquier acción que se tome desde fuera de la comunidad puede ser manipulable. Las actividades comunitarias dependen con frecuencia de la iniciativa de alguna persona carismática o de un pequeño grupo de gente motivada. Esa gente puede tener buenas intenciones,

Argumentos a favor de la participación

- Mayores logros.
- Provisión de servicios a bajo costo.
- La participación tiene un valor intrínseco para los participantes, porque los alivia del sentimiento de alienación y de dependencia.
- La participación es un catalizador de otros esfuerzos de desarrollo.
- La participación promueve la responsabilidad sobre los proyectos.
- La participación garantiza que las necesidades sentidas de la gente se tomen en cuenta.
- La participación asegura que las cosas se hagan de manera correcta.
- La participación es una garantía del uso de la experiencia y el conocimiento local.
- La participación aporta libertad respecto de la dependencia de los profesionales.
- La participación genera concientización, es decir, ayuda a la gente a comprender y a cuestionar la naturaleza de los obstáculos que impiden salir de la pobreza.

pero puede también dejarse llevar por sus puntos de vista políticos y tratar de imponerlos sobre la comunidad. Incluso si la política partidista no es parte del plan, los proyectos de participación comunitaria pueden ser manipulados con fines políticos. Algunas veces los organizadores comunitarios llegan a la gente con su manera particular de ver el mundo, contrastando las situaciones de "tener" y "no tener" en ejercicios cargados de emotividad que terminan convenciendo a la comunidad. O quizás llegan con tecnología, como el vídeo interactivo que se usa para facilitar procesos que pueden considerarse ajenos y que contribuyen a romper las estructuras tradicionales de poder dentro de la comunidad.

Los promotores del mercadeo social consideran que las actividades comunitarias son aún más manipuladoras que las de aquel, porque implican presión sobre la comunidad. En esos enfoques hay una mayor posibilidad de coerción por parte de los vecinos, para acatar reglas colectivas. El ejemplo de la planificación familiar en China salta a la vista. En cambio, en el mercadeo, la gente ejerce una opción individual para decir "sí" o "no". Es más fácil decirle "no" al distribuidor de un producto o concepto de mercadeo social, que darle la espalda a la comunidad organizada. Desde esa perspectiva, el espacio del mercado garantiza el anonimato y es menos coercitivo que las actividades comunitarias.

Hay otros resultados negativos de la participación, puesto que ésta con frecuencia promueve el desarrollo de una "elite participativa" en la comunidad y, por lo tanto, contribuye a la desigualdad. La participación puede incluir la manipulación por parte de los líderes y, además, elevar las expectativas a un punto que ni el gobierno ni las ONG tienen capacidad de satisfacerlas. Siempre hay una dimensión política en la participación en la medida en que está atada a los cambios en el control de los recursos, independientemente de las intenciones de quienes administran los programas; y los intentos de reestructurar la asignación de recursos puede producir conflicto y violencia. Es ingenuo pensar que los gobiernos o las clases dominantes cederán parte del control sin resistencia (BRAC) [...].

La participación comunitaria está por lo general fuera del alcance de los recursos y de la capacidad de los gobiernos; por ello los donantes a veces prefieren trabajar con las ONG. Éstas han probado que pueden ser eficientes y trabajar cerca de las comunidades, utilizando con frecuencia la tecnología como un medio y no como un fin para el desarrollo comunitario. Las actividades de estos grupos son la única alternativa en algunas regiones donde los gobiernos no tienen capacidad de actuar. Sin embargo, muy pocas ONG han podido adquirir los recursos o la capacidad organizativa para ejecutar programas en gran escala. Casi todo es posible en la etapa piloto, pero la proliferación de programas comunitarios

llevados adelante por ONG o por organizaciones de voluntarios puede también diseminar tecnologías que confunden. La falta de estándares podría generar graves problemas en aquellos que se quedan para mantener todas las piezas unidas.

Finalmente, el largo y complejo proceso de la participación comunitaria es con frecuencia costoso y lleva mucho tiempo para concretarse. Los programas no son necesariamente más baratos porque la gente de la comunidad participa con su trabajo voluntario. Por cada hora que una persona de la comunidad le dedica a una tarea específica, hay un costo de oportunidad. Es decir, que ese tiempo podría dedicarse a otras actividades probablemente más productivas. La idea de que la gente de las comunidades debería automáticamente participar porque no tiene nada mejor que hacer es peyorativa y condescendiente. El valor del tiempo comunitario con frecuencia se ignora en las evaluaciones de proyectos. En la participación comunitaria, la agencia catalizadora puede suponer que el tiempo que le dedican los pobladores contribuirá al mejoramiento de su bienestar, pero la comunidad tiene a veces que esperar mucho tiempo para constatar si su participación fue rentable [...].

Advertencias sobre la participación comunitaria

- La participación comunitaria puede volverse un rito, que incluye solamente consultas superficiales.
- La participación comunitaria depende casi siempre de un líder carismático.
- La participación puede contribuir al desarrollo de una elite.
- Los experimentos participativos son pocas veces repetibles y poco costo-eficientes.
- Los programas participativos no toman en cuenta el costo de oportunidad para los participantes.
- La participación puede resultar de presiones de los vecinos.
- La participación puede implicar manipulación por parte de los trabajadores del desarrollo, para lograr adhesión a sus puntos de vista.
- La participación puede generar expectativas no susceptibles de ser satisfechas.
- La participación puede generar conflicto y violencia.
- La participación puede llevar a una serie de agendas y tecnologías que no corresponden a los objetivos nacionales e internacionales de desarrollo.

Es evidente que hay varios ángulos en el debate sobre la participación comunitaria. Una participación en gran escala ha sido posible muy ocasionalmente y los intentos por promoverla deberían tomar en cuenta tres principales advertencias:

Advertencia 1: Los procesos participativos no son una panacea para el desarrollo y no sirven para resolver todos los problemas. A una madre cuyo hijo está muriendo de deshidratación no le interesa participar en un proceso de largo plazo. Lo que necesita es información y acción.
Advertencia 2: Los conceptos opuestos de manipulación y participación se pueden ver desde varias perspectivas. Un comunicador con enfoque participativo que ingresa a una comunidad puede querer vender su propia imagen y visión de la realidad, y ser igualmente manipulador.
Advertencia 3: El costo de la participación de la gente se olvida con frecuencia. Se asume que la gente no tiene nada mejor que hacer que "participar". Por cada hora invertida en la participación, se paga un costo de oportunidad por el hecho de perder otras actividades potencialmente más productivas.

Por otra parte, tenemos un sentimiento casi intrínseco de que los procesos de participación son la clave del desarrollo sostenible. El uso de técnicas participativas como el vídeo interactivo, las radios comunitarias o los periódicos rurales son excelentes maneras para comprometer a la comunidad en las decisiones que le afectan. La participación en gran escala, donde la comunidad prioriza sus problemas y toma decisiones sobre la asignación de recursos, tiene un lugar en los programas integrados de desarrollo y en las actividades generadoras de ingresos [...].

Indicadores de proceso para la sostenibilidad en la movilización social

Institucionalización
1. Compromiso político y apoyo público continuos.
2. Aumento en la movilización/financiación de recursos.
3. Mayor apoyo organizativo y estructural.
4. Mejora en la continuidad de la rendición de informes y del monitoreo.
5. Mejora en la capacitación.

Coordinación e integración
1. Planificación conjunta por parte de los socios.
2. Plan de trabajo y cronograma de implementación coordinados.
3. Trabajo en equipo: diálogo continuo con los administradores.
4. Participación de socios eficaces.
5. Integración de las actividades aceleradas con las tareas de rutina.

Fortalecimiento de capacidades
1. Asignación presupuestaria adecuada para el fortalecimiento de capacidades, tales como las actividades de capacitación.
2. Mejor comprensión de las necesidades de los usuarios finales.
3. Incorporación de la educación de largo plazo de la comunidad en la movilización.
4. Buenas perspectivas de expansión.

Autosuficiencia
1. Aumento en el aporte nacional.
2. Responsabilidad de la comunidad y de los usuarios en la gestión de los servicios.
3. Grado de liderazgo nacional.

Descentralización
1. Participación de los usuarios finales en el programa.
2. Descentralización de la asignación de recursos y la gestión (ACPR 1990).

Bibliografía citada

Abed, F.H.; McKee, N.; Chowdhury, A; Chowdhury, M. y Rahman, R. (1991). "Social mobilization for EPI in Bangladesh" en Huq, Mujibul (ed.) *Near Miracle in Bangladesh*. Dhaka, University Press Limited.

ACPR (1990). *Assessment of EPI communication interventions in urban areas*. Dhaka, Associates for Community and Population Research (ACPR).

BRAC (1988a). *Perception of Villagers about Six Immunizable Diseases on Vaccination*. Report of the Bangladesh Rural Advancement Committee (BRAC). Dhaka.

BRAC (1988b). *Profile of Volunteers Selected for EPI*. Report of the Bangladesh Rural Advancement Committee (BRAC). Dhaka.

McKee, Neill (1992). "Lessons for Communicators" en McKee, N. *Social Mobilization and Social Marketing in Developing Communities: Lessons for Communicators*. Penang, Malasia, Southbound. Reproducción autorizada por el autor.

Extracto de

Medios comunitarios y tradicionales en la información, educación y comunicación popular: algunas experiencias en la región africana

Onuora N. Nwuneli

Nwuneli (1983) exploró el planteamiento conceptual respecto del uso de canales de comunicación tradicionales en África. Indicó que no todos los medios tradicionales son canales, como habían sido considerados por la mayoría de los investigadores anteriores. Los canales representan sólo el componente de *hardware* del proceso comunicativo. El componente de *software* en el proceso de los medios tradicionales a menudo se origina en una fuente que implica autoridad, y esa fuente autorizada a menudo depende de la cultura política local y de la estructura de liderazgo de la comunidad.

Tomemos como ejemplo el modelo del pregonero de la aldea empleado en muchas comunidades de África occidental, así como en muchas de África oriental y central. Cualquiera que sea la situación, se utiliza invariablemente al pregonero como diseminador multifuncional, general de información. Pero la elección de *hardware* (tambores, gongs, campanas) para la diseminación de información a menudo depende de lo que la comunidad haya acordado previamente.

Por lo tanto, cuando un pregonero anuncia, por ejemplo el fallecimiento de un miembro importante de la comunidad, la reacción de las distintas comunidades a este mensaje sería invariablemente la misma. Sin embargo, su elección de canales de comunicación para una interacción participativa eficaz y las ceremonias asociadas al fallecimiento variarían según elecciones etnoculturales predeterminadas y sistemas de creencias de larga data.

Los registros históricos indican que el concepto de pregonero se remonta al reino Ashanti de Ghana (Ugboajah 1972). Lo que vale la pena destacar es que, después de la transmisión de la información primaria a través de la institución del pregonero, la reacción de la comunidad a la información diseminada a menudo se basa en un mecanismo de respuesta comunitario predeterminado o preestablecido. Es decir, se responderá a la muerte mediante canales específicos diseñados para esa respuesta; se responderá a la seguridad o a la guerra según procesos predeterminados de interacción. Los usos de estos mecanismos interactivos predeterminados de respuesta a temas sociales específicos varían en los grupos étnicos de un país y, a veces, lo hacen ligeramente de una comunidad a otra.

¿Qué comunicación para el desarrollo?

1983

Extracto de *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación de cuarenta años*

Luis Ramiro Beltrán

Tres concepciones principales sobre la relación entre la comunicación social y el desarrollo nacional han predominado en Latinoamérica: la comunicación para el desarrollo, la comunicación de apoyo al desarrollo y la comunicación alternativa para el desarrollo democrático.

La comunicación para el desarrollo es, esencialmente, la idea de que los medios masivos son capaces de crear un ambiente público favorable al cambio, que se supone indispensable para modernizar las sociedades tradicionales a través del avance tecnológico y el crecimiento económico. La comunicación de apoyo al desarrollo es la idea de que la comunicación planificada y organizada —sea o no masiva— es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de las instituciones y proyectos específicos que buscan promover el desarrollo.

La comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la idea de que al extender y equilibrar el acceso y la participación de las personas en el proceso de comunicación —tanto a nivel de los medios masivos como a nivel popular— el desarrollo debe asegurar no sólo las mejoras materiales, sino también la justicia social, la libertad para todos y el dominio de las mayorías.

Beltrán, Luis Ramiro (1993). Trabajo presentado durante la inauguración de la Cuarta Mesa Redonda sobre la Comunicación y el Desarrollo. Lima, Instituto para América Latina (IPAL), 23 de febrero. Reproducción autorizada por el autor.

Apuntes para la agenda del siglo XXI

1983

Extracto de *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación de cuarenta años*

Luis Ramiro Beltrán

¿Qué puede hacer la primera generación de especialistas de la comunicación para el desarrollo? Posiblemente no mucho en términos de acciones. Ellos hicieron lo mejor que podían bajo circunstancias cambiantes. Sin embargo, pueden y deben transmitir sus experiencias (tanto buenas como malas) de manera sistemática y franca a quienes, en un futuro muy cercano, heredarán sus sueños y ocupaciones. Pueden ofrecernos sus observaciones para una agenda para el siglo XXI.

1. Combinar lo mejor de la comunicación de apoyo a la comunicación con la comunicación alternativa y no tratarlas como islas alejadas unas de otras. Combinar la conciencia social con una pasión por la planificación. Combinar las habilidades técnicas y las percepciones políticas.

2. Dedicarse mucho más al fortalecimiento de las instituciones que a operaciones autoconsumadas. Enseñar a pescar, en vez de repartir pescados. Convencer a las principales escuelas de comunicación de que incluyan la comunicación para el desarrollo en sus planes de estudios. Fomentar que éstas, y otras instituciones, realicen investigaciones en la comunicación orientadas al desarrollo democrático.

3. No apoyar únicamente a los organismos gubernamentales. Confiar en las pequeñas comunidades mismas. Ayudar a las asociaciones de trabajadores, las ligas campesinas y los grupos vecinales y trabajar con organizaciones no gubernamentales.

4. Enfatizar que es esencial la comunicación sobre temas de salud, higiene pública, nutrición y población. Los pobladores de Latinoamérica deben estar sanos antes de poder acceder a buenos niveles de educación, vivienda o empleo. Epidemias como las drogas, el SIDA y el cólera exigen programas educativos masivos que sólo se pueden lograr a través de la comunicación.

5. Insistir en persuadir a los líderes políticos y los planificadores del desarrollo de usar la comunicación racionalmente para obtener el desarrollo que prometen a la gente. Ayudar a las masas a exigirles el desarrollo.

6. Alentar una capacitación básica en comunicaciones a todo nivel, incluidas las universidades que capacitan a los profesionales de planificación en salud, educación, vivienda, agricultura y desarrollo. Los especialistas en comunicaciones no pueden lidiar con este trabajo masivo por sí solos. Ayudar a fortalecer las instituciones regionales de comunicaciones. Se debe aumentar la cooperación entre nuestros países. Ni siquiera los países más grandes pueden hacer todo aisladamente.

Beltrán, Luis Ramiro (1993). Trabajo presentado durante la inauguración de la Cuarta Mesa Redonda sobre la Comunicación y el Desarrollo. Lima, Instituto para América Latina (IPAL), 23 de febrero. Reproducción autorizada por el autor.

Podemos decir, entonces, que en un proceso de comunicación que usa canales tradicionales, los canales primarios son procesos diseminadores de información invariablemente multipropósito y orientados a una audiencia general, mientras que los canales secundarios a menudo son canales de reacción que, en su mayoría, varían según el propósito y el público específicos. Estos canales de reacción, al responder al mensaje inicial, se convierten de modo similar en fuentes de información primaria, a las que, a su vez, las personas responden para completar el proceso del sistema de comunicación. Por eso, los mensajes del pregonero son frecuentemente de carácter informativo y de difusión, y no interactivos como sí ocurre a menudo en el nivel de respuesta o secundario del proceso de comunicación a través de los medios tradicionales.

Bibliografía citada

Ugboajah, Frank (1972). "Traditional-Urban Media Model: Stocktaking for Development" en *Gazette*, Vol. 18, Nº 2.

Nwuneli, Onuora (1992). "Community and Traditional Based Media Approaches to Popular IEC: Some Experiences in the African Region". Proyecto del Kenya Institute of Mass Communication (KIMC). Reproducción autorizada por la autora.

Hacia el camino comunitario

Extracto de *Changing Mediascapes? un estudio de caso en nueve aldeas tanzanas*

Ullamaija Kivikuru

Todo empezó en la aldea, pero la aldea pronto quedó olvidada.

Al mirar nuevamente los programas de la ONU y la UNESCO de la década de 1950 en el campo de las comunicaciones, tal como se describen en el prólogo de la UNESCO al libro de Wilbur Schramm *Mass Media and National Development* (1964), vemos que lo más impactante de estos "programas de acción concreta" es la proyección de la asistencia a las comunicaciones rurales y la preocupación por el hecho de que el 70% de la población mundial tiene negado el goce efectivo del derecho a la información. Esta tendencia surge como el tema principal del propio libro de Schramm, que introduce su perspectiva a través de la presentación de dos familias rurales ficticias, una del África Occidental y la otra de Asia, representando ambas lo que él llama «recursos de uso incompleto». Otros autores que Schramm cita frecuentemente eran investigadores dedicados enteramente a las aldeas, tales como Daniel Lerner (1958), que estudiaba poblaciones rurales en el Medio Oriente; Y. V. L. Rao (1963/1966) en la India; y, Leonard Doob (1961) en África.

En los primeros años de actividades de la UNESCO en el campo de las comunicaciones, cuando éstas se caracterizaban más por la reflexión (investigación) que la acción (asistencia para el desarrollo) —aunque los programas pretendían ser todo lo contrario—, el desarrollo era equivalente a transformar a la gente rural que vivía en sociedades tradicionales a la modernidad económica y social, en lo que Julius Nyerere ha llamado el «ascenso terrible». Sin embargo, al poco tiempo el horizonte se amplió a sociedades enteras por un lado y, por el otro, a individuos que hasta cierto punto padecían de subdesarrollo y estaban listos para la modernización. El enfoque integral y a pequeña escala respecto de las aldeas fue dejado de lado tanto por la modernización como por los paradigmas de la dependencia.

Este trabajo busca analizar las "tendencias comunitarias", tanto encontradas como perdidas en la literatura sobre el desarrollo/comunicación de las últimas tres o cuatro décadas, ya que es la única manera de contextualizar el proyecto *Commedia* adecuadamente. Nuestro análisis incluye tres partes. Empieza con las tendencias más generales, pasa a algunas características predominantes en la literatura sobre el desarrollo/comunicación y, finalmente, describe que está en la misma categoría que el estudio de *Commedia*.

Una indicación del carácter atemporal de las actividades de comunicación es el hecho de que la idea de prestar atención a la comunicación comunitaria ha sido considerada principalmente como un fenómeno de la década de 1980, pese a que por lo menos en el campo de la comunicación para el desarrollo, los intentos por llegar a las poblaciones de las comunidades datan de la década de 1950 en adelante, tal como se mencionó anteriormente. Sí debe señalarse, sin embargo, que los primeros esfuerzos se relacionaban predominantemente a actividades educativas frecuentemente descritas como "de desarrollo" (Chander y Karnik 1976, Lenglet 1980, O'Sullivan 1980), mientras que los proyectos más recientes, particularmente aunque no sólo en el mundo llamado "industrializado", han buscado aumentar la comunicación a nivel local sin tener objetivos educativos específicos (Ugboajah 1985a, Wilson 1987). Recientemente se han publicado estudios, incluso altamente teóricos, sobre la relación entre los medios masivos y la mente humana en los países en desarrollo (Goonasekera 1990). Estos análisis ignoran por completo la orientación práctica de "cómo lograrlo" que, hasta este momento, ha sido enfatizada tácitamente por la literatura sobre la comunicación comunitaria en las sociedades en desarrollo.

Por lo tanto, el alcance ha cambiado marcadamente en el campo de las comunicaciones comunitarias. Este cambio ha sido gradual. Inicialmente, los comunicadores se aproximaban a las comunidades desde afuera, con un mensaje valioso para un mejor futuro; actualmente se considera que la comunicación dentro de una comunidad es un objetivo suficientemente importante por sí solo y que es mejor el *empoderamiento* que viene desde dentro de la comunidad misma, que define sus propios problemas y soluciones. Francis J. Berrigan (1979) describió el "programa" de la década de 1960, intentando a la vez marcar la diferencia con la ideología de las comunicaciones de la década de 1970:

> «Dado que los medios masivos pueden llegar hasta las comunidades aisladas, se enfatizó su uso: los mensajes iban desde las ciudades capitales hacia la periferia. En la mayoría de los casos, la respuesta de las comunidades era limitada. Los medios masivos comunicaban en una dirección, desde el centro hacia afuera. No se tomaba en cuenta lo que pasaba con el mensaje, cuál era su impacto y la actitud de los que lo recibían. El contenido de la programación se decidía centralizadamente, basándose en las opiniones de un grupo relativamente pequeño de personas sobre qué necesitaban y querían saber las comunidades rurales. En el uso de los medios para el desarrollo, el énfasis se ha puesto en *contar* y *enseñar* en lugar de en un intercambio de pedidos e ideas entre el centro y las áreas periféricas» [...].

El modelo de diálogo que Berrigan analiza líneas arriba se refiere en realidad a un cuestionamiento del modelo jerárquico, reto que fuera planteado por Paulo Freire (1972). Freire se rehusaba a ver la educación y comunicación como un «banco» en el que el comunicador «hace depósitos» que los alum-

nos reciben, memorizan y repiten. Freire sugirió un enfoque liberador o problematizador, en el que las diferencias de estatus entre el comunicador y su audiencia se eliminan. La comunicación funciona como un diálogo en el que ambas partes aprenden. Freire llama a este proceso «concientización», que significa el proceso de aprender las causas de la propia opresión. Este entendimiento añade al potencial de hacer algo respecto de los errores impuestos sobre uno mismo.

Tal como señala James Halloran (en Hartmann y otros 1989), la doctrina de Freire no ha sido popular entre los planificadores de políticas de comunicación, ni de Occidente ni del Sur. Evidentemente, el reconocimiento sugerido por Freire ha parecido "demasiado alternativo" dado que exige ignorar las jerarquías de conocimiento y de poder. Sin embargo, se podría decir que el objetivo de toda comunicación comunitaria es una forma de concientización y podría considerarse un programa de motivación y activación cuya meta final es una mejor calidad de vida para quienes viven en la comunidad, incrementando la participación y reduciendo la marginalidad (O'Sullivan 1980, Ariyaratne 1989).

En la primera etapa de la comunicación comunitaria, la estrategia central de maximizar las capacidades sociales (es decir, la habilidad de manejar el entorno personal de manera sensible y gratificante) se basó en crear mayores vínculos entre la comunidad y el mundo exterior, mientras que la estrategia de la siguiente fase parece dejarle a la comunidad más espacio operativo propio. Así, la forma dominante de comunicación en las comunidades parece haber dado una vuelta completa: primero era una comunicación a través del diálogo interpersonal, pero luego los medios masivos facilitaron que los organismos centralizados de políticas públicas llegaran a comunidades enteras simultáneamente. Ahora, nuevamente se pone un mayor acento en la comunicación interpersonal, sobre todo en el redescubrimiento de la comunicación oral u *oramedia* (Ugboajah 1985a).

Sin embargo, las dos fases de la comunicación comunitaria están interconectadas. Queda bastante claro que el acceso a la comunicación y democratización de los movimientos de comunicación masiva en Europa y Estados Unidos (Jankowski 1992, Jakubowicz 1988), que llevaron a un debate amplio y, gradualmente, al establecimiento de diversas organizaciones cívicas e instituciones de radio comunitarias y de televisión por cable, que cuestionan la idea misma de las políticas nacionales de medios y radiodifusión, e incluso el concepto tradicional del carácter profesional de los medios masivos. Aunque la implementación real de estos nuevos enfoques ha sido bastante limitada, hasta el momento el surgimiento de medios comunitarios no ha modificado la tendencia a la expansión de los medios hegemónicos y la homogeneización de los contenidos. El argumento de estos movimientos es bastante revolucionario, ya que se basan en la creencia de que los destinatarios no sólo deben ser vistos como objetivos o parte de una audiencia, sino como partícipes activos en cualquier proceso de comunicación que implique la articulación de relaciones recíprocas en vez de jerárquicas. Usualmente, dentro de la "escuela del acceso" los medios profesionales, y sus sistemas de valores y canales de expresión más bien fijos, son vistos implícita o explícitamente más como un obstáculo que como un promotor del diálogo espontáneo y la cooperación con los miembros de las comunidades.

> «Al asignar nuevos significados a las situaciones, los medios también pueden sacar a relucir cualidades de las diversas comunidades que antes no eran valoradas, y que constituyen afinidades entre las regiones e identidades étnicas de los pueblos del Tercer Mundo [...].
>
> «En este contexto de identidad propia individual, las personas están prontas a identificar eventos, en los medios masivos o en otros sectores de la sociedad tales como la educación, el empleo, la política, etc., que "ofenden" o "hieren" a sus comunidades individuales y a utilizar estos temas a fin de conseguir apoyo para sus reclamos comunales de una manera que no era posible en el pasado. Con un elevado sentido de identidad propia individual, cada individuo se considera un portavoz potencial para su comunidad, mientras que en el pasado tales papeles estaban reservados a las familias tradicionalmente aceptadas, y el cambio era bastante gradual» (Goonasekera).

Tal como se desprende de este extracto de Goonasekera y de la literatura reciente sobre la llamada comunicación alternativa (Saukko 1991), el concepto de la audiencia activa también ha llegado a la literatura sobre la comunicación comunitaria en el llamado Sur; ¿qué pasa en la comunidad y sus miembros cuando ocurre el "ocaso de la sociedad tradicional" (Lerner)?

Aun así, todavía hay una elevada valoración del profesionalismo en la comunicación para el desarrollo; la "celebración del amateurismo" tan frecuente en la literatura en el Norte no es tan común en el Sur (sin embargo, véase Hall 1992). Aunque la distinción entre el profesional y el lego no siempre es considerada esencial (Smith de Cherif 1992, Aguilar 1992), es evidente que el énfasis puesto en el profesionalismo en los medios masivos se ha visto como una vía para asegurar la creciente independencia del periodismo frente al sistema político de toma de decisiones (por ejemplo, *Rural Press in Africa* 1987). Sin embargo, últimamente han surgido ligeros cuestionamientos a las percepciones tradicionales sobre el profesionalismo: «¿Por qué la comunicación de Gandhi era tan efectiva? La respuesta a la que llego es que no era un comunicador profesional. Aunque escribía todos los días como un periodista, su mensaje venía del corazón y las necesidades de la gente» (Chitnis en Hall 1982).

En las regiones usualmente llamadas "países en vías de desarrollo" o del "Tercer Mundo" las aproximaciones actuales a las comunicaciones comunitarias todavía se parecen más a los esfuerzos de la comunicación para el desarrollo del pasado que a los modelos de comunicación comunitaria del mundo industrializado, aunque el análisis demuestra que el tono básico de la literatura sobre el Sur ha cambiado sustancialmente. Hoy en día se valoran mucho más los elementos de comunicación que ya están presentes es esas comunidades que los que no existen (Kunczik 1984, Valbuena 1986, 1987, Traber 1988), por lo que podría ser conveniente estudiar la historia de la comunicación para el desarrollo más sistemáticamente y esbozar algunas características de un perfil de las comunicaciones comunitarias en los países en desarrollo y así ubicar a *Commedia* en su perspectiva adecuada.

El paradigma de la difusión de la innovación y el optimismo propio de la teoría de la modernización alentaron a los comunicadores a elaborar una serie de modelos de aplicación de la comunicación comunitaria para los países en desarrollo (McAnany 1980) que han sido ampliamente difundidos en la literatura (*An African Experiment for Radio Forums* 1968, Berrigan, Bordenave 1976, Ng'wanakilala 1981, Kasoma 1990). La ideología básica de estas obras era clara; implícita o explícitamente resaltaban la importancia del papel de la comunicación en el proceso de "modernizar la mente humana" y, por consiguiente, también a toda la sociedad en vías de desarrollo. Con el paso del tiempo, se ha vuelto menos común la creencia explícita en los efectos empáticos y movilizadores de la comunicación (Kunczik), pero lo que esto indica realmente es que hacia la década de 1980, los estudios sobre la comunicación comunitaria se volvieron cada vez más especializados en el sentido de que a menudo carecían casi completamente de bases teóricas más generales y se concentraban principalmente en casos o prácticas concretas.

A grandes rasgos, estos estudios sugieren dos categorías de estrategias marcadamente distintas. La primera conlleva mejorar el uso y distribución de los medios masivos de masas tradicionales en las comunidades rurales y prepararlas para el uso de los medios masivos, sobre todo a través de programas de alfabetización. La segunda utiliza modelos de comunicación especialmente diseñados para comu-

nidades rurales en países en vías de desarrollo. Frecuentemente, esta última supone combinaciones de comunicación masiva con comunicación interpersonal. En relación a ambas categorías, hay libros y artículos de índole bastante práctica (tales como las guías de viajero o *kits* didácticos; Kasoma) y otros, principalmente de carácter teórico.

En los años 1970 fue particularmente popular combinar programas de radio educativos con grupos de estudio; en algunos casos se utilizaban casetes de audio en vez de programas de radio o en combinación con ellos. Este tipo de comunicación se llamaba radioforo (Hall, Ng'awanakilala). Otro modelo de moda sobre el que se ha escrito fue el de la radiodifusión educativa satelital, que muchas veces se combinaba con varias formas de comunicación interpersonal (Chander y Karnik 1976). Otra forma muy apreciada de comunicación orientada a la comunidad fue el periódico rural, frecuentemente vinculado a campañas de alfabetización (Bashiruddin 1979, *Rural Press in Africa* 1978). En África, estos periódicos (generosamente financiados desde el extranjero) parecían ser una oportunidad para volver a introducir medios masivos nacionales en los estados africanos recientemente independizados, como una forma de compensar la clausura de los periódicos nacionales por sus vínculos ideológicos con los antiguos poderes coloniales, o por haber pretendido unificar la nación en torno a un idioma y un centro de poder determinado. Trágicamente, ha resultado en extremo difícil volver a introducir la comunicación masiva en muchos países africanos y asiáticos pese al financiamiento extranjero; evidentemente no es fácil encontrar la fórmula correcta para la comunicación rural (*Rural Press in Africa* 1978, *Rural Press in Africa* 1987, Bashiruddin). Otro hecho desafortunado fue que el casete de audio desapareció rápidamente de este campo; indudablemente no impresionaba tanto como el cine, la televisión, los satélites y el vídeo, aunque en el caso de las aldeas rurales el casete de audio parece más práctico y participativo que los equipos audiovisuales de alta tecnología.

La introducción de la teoría de la dependencia en el campo de la investigación sobre la comunicación se dio al mismo tiempo que la acumulación de pruebas, predominantemente deprimentes, sobre los desequilibrios en los flujos de información al nivel macro y experiencias de campo en el nivel micro de las comunidades. Esto llevó a que las publicaciones sobre la comunicación comunitaria disminuyeran radicalmente en los últimos años de la década de 1970 y comienzos de la de 1980. Quedó cada vez más claro que las estrategias de comunicación comunitaria utilizadas hasta el momento rara vez habían sido exitosas, e incluso se cuestionó el papel crucial de la comunicación como catalizadora del desarrollo. Simultáneamente, la teoría de la dependencia criticó la sustancia misma del desarrollo como concepto y como configuración sociopolítica y económica. Las formas y medios de la comunicación basada en la comunidad parecían ser de poca monta en comparación con estos cuestionamientos básicos. Una mirada a los títulos publicados por la UNESCO en la serie *Reports and Papers on Mass Communication* en los años 1980 nos dice bastante, aun teniendo en cuenta que las reflexiones sobre cualquier tipo de cambio han sido graduales en el lento mecanismo de publicación de la UNESCO; los títulos son menos frecuentes e indican una orientación técnica o estadística y no sustancial. Ambas características también reflejan el estatus debilitado de la UNESCO, que anteriormente había sido un promotor importante de la comunicación comunitaria en el Tercer Mundo.

La segunda generación de "dependistas" de la llamada aproximación culturalista a la comunicación para el desarrollo, puso a la comunicación comunitaria nuevamente en la lista de favoritos. De manera resumida se puede decir que el enfoque culturalista favorece esfuerzos comunitarios y una orientación en la que "lo pequeño es bello", y que valora la herencia cultural (Wang y Dissayanake 1984, Saville-Troike 1982); todos estos elementos encajan muy bien en la comunicación comunitaria. Se redescubrió a la muchacha en el pozo de la aldea y se valoró

debidamente sus propios medios masivos. Luego se han publicado diversos estudios, principalmente teóricos y orientados a la cultura, sobre aspectos de la comunicación comunitaria, que resaltan el papel de los elementos culturales y de la comunicación interpersonal (Ugboajah 1985a, 1985b, Servaes 1986, Casmir 1991). Más aún, se ha puesto especial atención en lo que se ha llamado comunicación "popular" o "tradicional" (Wang y Dissayanake, Casmir), sobre todo en las sociedades asiáticas. En resumidas cuentas, la investigación se ha interesado más en lo que hay y siempre ha habido en las aldeas, que en lo que les falta en el campo de la comunicación.

La importancia de la comunicación como herramienta para el cambio en comunidades rurales y semi-rurales ha sido restaurada y ha surgido una literatura tipo "guía de viajero" desde fines de la década de 1980. Lo que sí es sorprendente es encontrar que no ha cambiado mucho, ya que nuevas perspectivas teóricas sobre la dependencia y los paradigmas culturalistas rara vez se han visto reflejadas en los estudios prácticos (compárese por ejemplo, *Rural Press in Africa* 1978 con *Rural Press in Africa* 1987).

Lo que sí ha llegado desde los debates teóricos hasta los prólogos de las publicaciones de estudios prácticos es la "mística de lo comunitario", que es obviamente una retórica profunda, casi romántica sobre la oralidad, lo local, lo autóctono y otros componentes de lo que se podría llamar cultura auténtica. Desgraciadamente, pocas veces se ha articulado esta creencia lo suficientemente bien como para que sirva de promotor de los principios de la comunicación o de las prácticas comunitarias.

Cabe destacar que una forma de escribir sobre la comunicación comunitaria muy impopular durante la primera y la segunda ola de esa orientación de la comunicación para el desarrollo han sido los estudios de casos en comunidades rurales concretas. Pareciera que tanto los logros como las restricciones teóricas y prácticas de la comunicación comunitaria podrían ser fácilmente abordados en las investigaciones con un enfoque amplio hacia el desarrollo y la comunicación en el contexto de las comunidades; sin embargo, esto se ha hecho muy rara vez, probablemente por razones prácticas. Es complicado, problemático y costoso llevar a cabo una investigación de campo al nivel de la aldea; la carga empírica tiende a abrumar al investigador y le dificulta entrar en extensas consideraciones teóricas. El trabajo termina fácilmente con una encuesta "pulcra" que ofrece abundantes resultados porcentuales, pero no mucho más que eso. La comunicación comunitaria tomada individualmente casi nunca se estudia, aunque se analizan frecuentemente hoy en día otros fenómenos locales como la extensión agrícola, los títeres, la educación en salud y actividades de las mujeres (*Communication and the Traditional Media* 1981, *Communication and Development* 1986, Mndogo y otros 1987).

Leonard Doob ya había buscado la respuesta a las necesidades africanas de comunicación en las aldeas a fines de la década de 1950, aunque su estudio detallado no era un estudio comunitario "puro" en el sentido de que no se concentraba en una o dos comunidades rurales en particular, sino que combinaba información sobre aldeas de varias comunidades, sobre todo de África Occidental. Aunque era sensible a las diferencias entre la oralidad y los medios masivos tradicionales, y lo suficientemente considerado como para reconocer las necesidades reales de comunicación de las comunidades africanas, Doob muchas veces se volvía paternalista, por ejemplo al concluir que a la mayoría de la población de estas comunidades les faltaba mucho para alcanzar siquiera los primeros pasos hacia la modernización. Decía que tenían tanto la fuerza como la debilidad de un bebé recién nacido. Sin embargo, la disponibilidad de medios para comunicarse pareció abrir el camino hacia la movilidad mental y la modernización entre los bebés mejor equipados:

> «Se encontró un solo hombre (en un pueblo en Nigeria) que tenía algún conocimiento sobre los

asuntos globales, incluidos algunos hechos recientes en el campo de la guerra atómica. Para todos los demás, al parecer los medios masivos no habían logrado comunicar esta información, pero con él sí habían tenido éxito, sin duda porque era el único en la aldea que disponía de un aparato de radio. En una situación de crisis este éxito limitado podría ser crucial: el hombre estaría en capacidad de informar a los demás y, si tenía una posición alta, de convertirse en un destinatario-difusor influyente».

En comparación con el clásico de la comunicación para el desarrollo, *The Passing of Traditional Society* de Lerner (1958), al estudio de Doob le faltaban la perspicacia y la comprensión de la sociedad tradicional inherentes al libro de Lerner. Sin embargo, ambos estaban de acuerdo en cuanto al objetivo: adecuar a los miembros de una sociedad tradicional a ciertas dimensiones de la vida moderna como la guerra atómica o el Pato Donald (Doob). A fin de cuentas, no había otra alternativa que la modernización.

Ciertamente, uno de los clásicos de la literatura sobre la modernización en el campo de la comunicación trata de la investigación "pura" en las aldeas. Rao basó su argumento en la relación entre el desarrollo y la comunicación en estudios prácticos reales en dos aldeas en la India, con un estilo similar al de Daniel Lerner en su trabajo sobre las sociedades del Medio Oriente. Más que en la empatía de Lerner, Rao parecía creer en la difusión de la innovación y en los líderes de opinión. Los buscó en ambas aldeas pero encontró mucha contradicción y conflicto. Felizmente Rao, más atento y menos teórico y ortodoxo que Lerner en sus consideraciones, estaba más anclado en el fenómeno comunitario y entendía la falta de armonía en la vida cotidiana de las aldeas. Su aproximación también le permitió cubrir muchos temas y ámbitos de la vida, aparte de la comunicación. Por ello, Rao pudo captar una mirada "en vivo" de las dos aldeas, observando los patrones de interacción y conflicto, el papel de las elites en la determinación de los cambios, etc. Rao tenía un marcado sesgo en favor de la modernización y por ende sus datos no apoyaban este tipo de conclusión ya que el papel de los medios resultó ser marginal en las aldeas estudiadas.

Metodológicamente, el trabajo de Rao fue muy interesante. Adoptó un enfoque más antropológico por estar plenamente consciente de las dificultades inherentes a las entrevistas estructuradas. Él vivía en las aldeas y entrevistó informalmente en el transcurso de varios meses a las personas elegidas. Demostró que la investigación sobre la comunicación orientada a las aldeas era posible y fructífera, pero pocos han sido quienes eligieron su camino.

Un estudio comunitario mucho más ambicioso, también realizado en la India, demuestra la magnitud del trabajo que supone este tipo de método. Once años le tomó a Paul Hartmann y sus colaboradores (Hartmann, Patil y Dighe 1989) completar su estudio —en tres fases— en Andhra Pradesh, Bengala Occidental y Kerala. La idea era aproximarse a las aldeas con una metodología básicamente "abierta"; primero por medio de la observación participativa en una sola aldea en cada estado para sensibilizar a los investigadores de campo y, a través de ellos, a todo el equipo de investigación, acerca de las características más importantes de la sociedad y cultura locales. La segunda etapa fue un muestreo aleatorio de la población en ocho aldeas de Andra Pradesh y Kerala. La tercera etapa se describió como "estudio comunitario intensivo" y consistió en observación participativa durante seis meses en cada una de las tres zonas. Se organizaron numerosos seminarios y talleres para evitar la falta de coherencia y de disciplina que habían sido identificadas como las debilidades principales de este tipo de método.

En primer lugar, los autores utilizaron los ilustrativos datos recabados para aclarar que no se justifica generalizar sobre la vida comunitaria dado que encontraron muchas variantes en las comunicaciones y el desarrollo en aquellas aldeas que estudiaron. En Kerala, que tenía un relativo alto índice de alfabetización, las referencias a los medios como fuentes de información acerca de nuevas prácticas agrarias eran relativamente frecuentes, mientras que las fuentes interpersonales lo eran mucho más en otras aldeas. Aun así, el hecho de estar expuestos a los medios mostró ser un factor influyente en la adopción de nuevas prácticas de salud y agricultura y, asimismo, los medios eran una fuente importante de noticias políticas y de otro tipo del mundo exterior. Sin embargo, parecía aún más importante el aprendizaje social adquirido a través de la comunicación masiva, referente de la vestimenta, la música y los modales urbanos. La entrada de la cultura popular urbana a las comunidades rurales traía consigo un nuevo entendimiento del mundo. No obstante, los investigadores se percataron de que se había dedicado poca atención e investigación a los medios masivos más "ligeros" —la música, las artes dramáticas y las noticias— en los que la mayoría de la gente con acceso a los medios se interesa más. Esto era probablemente atribuible al hecho de que las agencias oficiales no consideraban a estos fenómenos como relevantes para el desarrollo. Los tres investigadores advirtieron que el impacto social de los medios masivos, como el cine o la música popular, no puede ser captado por el modelo de comunicación —estrecho y mecánico— adoptado por los promotores del "desarrollo oficial".

Hartmann y otros concluyeron que existen dos falacias acerca del desarrollo y la comunicación. Primero, la relativa falta de estructura social y de conflictos estructurales lleva fácilmente a presumir que hay una armonía de intereses entre la población rural. Más bien existen conflictos estructurales de intereses incluso al nivel de la aldea, que ninguna estrategia de desarrollo puede ignorar si realmente va a contribuir a la vida de los pobres. Son justamente estas desigualdades las que hacen que los problemas del subdesarrollo parezcan inamovibles. La segunda falacia, rara vez explícita, está muy difundida en la literatura sobre desarrollo y es la tendencia a ver esencialmente como pasivos a los destinatarios de la comunicación diseñada para promover el desarrollo. Esta actitud tiene una serie de consecuencias desafortunadas. En primer lugar, la campaña publicitaria se vuelve el modelo dominante de la comunicación para el desarrollo, como si éste fuese una mercadería para ser vendida como el jabón. Quienes emplean la comunicación para el desarrollo en las comunidades aún analizan el proceso de comunicación en términos de la antigua fórmula mecánica de fuente, mensaje, canal, receptor y efecto.

Hartmann, Patil y Dighe consideraron que no sólo la fórmula de comunicación "en cascada" sino también la de "flujo en dos pasos" eran mecánicas. Veían esta última como una teoría reconfortante en la medida en que elimina la necesidad de preocuparse demasiado por las desigualdades y justifica la concentración de los esfuerzos por el desarrollo en una población comparativamente avanzada que luego difundiría la información. Los investigadores encontraron poca evidencia que respaldara esta estrategia. Por el contrario, los agricultores pobres muchas veces se endeudaban severamente debido a los proyectos de desarrollo oficiales que se establecían en las aldeas. En casos "menos graves", las personas informadas parecían ser muy selectivas sobre qué y con quiénes compartir la información que encontraban en los medios. La fórmula mecánica de la "audiencia pasiva" se esconde detrás de la idea del flujo en dos pasos: el estudio sugiere que los destinatarios de la comunicación son vistos como un público relativamente pasivo que comparte la información de modo semiautomático en lugar de seleccionarla y reinterpretarla.

La perspectiva captada por los investigadores en una aldea de la India a mediados de la década de 1980 era sorprendentemente similar a la visión ofrecida por Rao veinte años antes. Los autores destacaron que los cambios eran lentos, graduales y difusos. Los comunicadores profesionales han tendido a sobrestimar la expansión de la comunicación masiva pero, por otro lado, ha crecido el papel de los medios masivos de entretenimiento, sobre todo entre las personas más jóvenes, más educadas y con mayores recursos. Los autores formulan sus hallazgos de esta manera:

> «La información, ideas y valores que se originan en los medios masivos adquieren vigencia a través de un proceso de difusión. Este proceso no es automático ni indiscriminado; la difusión tiende a seguir un patrón de interacción social previamente estructurado sobre la base de la casta, la clase, la edad y el sexo.
>
> «Los efectos de la comunicación no deberían de pensarse sólo en términos de la difusión de información. Uno de sus efectos más importantes es que altera gradualmente el clima cultural e introduce nuevos valores de manera lenta y difusa. En este sentido los medios de entretenimiento pueden desempeñar un papel central en ayudar a promover una mayor apertura a nuevos valores y al cambio» (Hartmann y otros).

Otro asunto que entra en directa contradicción con las opiniones de los optimistas de la comunicación de décadas anteriores fue la conclusión de que los esfuerzos de desarrollo, tales como la reforma agraria en Kerala y las políticas agrarias, sí trajeron cambios trascendentes a las aldeas estudiadas. Estas políticas afectaron las estructuras de las aldeas, que gradualmente llegaron a mostrar síntomas de cambio. En estas acciones la comunicación interpersonal fue mucho más importante que la masiva, y lo que importó fue básicamente su valor "real" y no el hecho de si éste logró o no ser comunicado. El factor determinante fue la actividad localizada de los partidos políticos y de las alianzas entre facciones, por lo que muchos proyectos importantes fracasaron debido a irregularidades, corrupción o deshonestidades a nivel local. Muchos intentos administrativos de operar radios comunitarias parecieron fracasar totalmente. Las políticas oficiales de desarrollo tendían a no prestarle suficiente atención a los conflictos de intereses, y muchas veces las burocracias gubernamentales se identificaban con los intereses de los que más tenían, en contra de las personas de menores recursos. Sin embargo, los autores se negaron a simplificar la situación y a suscribir incondicionalmente las iniciativas no gubernamentales de pequeña escala. Según ellos, la realidad no es tan sencilla.

Más bien señalaron otra falacia, explícita en la literatura de la década de 1960 y ahora manifestada implícitamente: la confianza en el poder y la "magia" de la comunicación masiva. Según su experiencia, los proyectos de educación a distancia nunca pueden reemplazar a los profesores o trabajadores de campo. Las soluciones centralizadas son sistemáticamente superadas por las iniciativas locales, la flexibilidad y el cuidado. Esto no significa, sin embargo, que la comunicación masiva no tenga importancia en el desarrollo. Sólo significa que se acabaron los tiempos de las ecuaciones fáciles o las soluciones simplistas.

Vale la pena analizar extensamente el estudio de Hartmann, Patil y Dighe en vista de su perspicacia y razonamiento minucioso. Demuestra cuán exigente y cuán gratificante es realizar este tipo de investigación.

En África, investigadores de África Occidental y, sobre todo, ghaneses han prestado más atención que otros a los problemas de la comunicación comunitaria. Los experimentos ghaneses de radioforos rurales y las encuestas sobre ellos (Ansah 1984) datan de inicios de los ochenta y se podrían considerar programas piloto de comunicación "onda" culturalista para el desarrollo comunitario. En una encuesta sobre el uso de los medios, la radio fue calificada como el medio informativo más importante, siendo el sistema de información del gobierno el segundo y los periódicos el tercero. Por ello, el núcleo del proyecto fue una estación de radio regional. Por un lado, la política de radiodifusión trató de tomar en cuenta su carácter íntimo y, por el otro, intentó maximizar lo "local" en los contenidos de los programas. La radio regional buscó la participación y el diálogo y ofreció consejos educativos y entretenimiento sin mensajes ocultos, dando cobertura a los festivales y el teatro en las aldeas, así como a los servicios locales de salud y agricultura. Encontraron que el contenido era un factor crucial y el equipo que trabajó en el proyecto de radio local llegó a conclusiones muy distintas de las de Leonard Doob. Donde Doob acusó a las personas de ser atrasadas, el equipo ghanés demostró mucho respeto por los pobladores y por su deseo de controlar su ambiente racionalmente, y cuando el mensaje no tenía acogida, lo atribuyeron a la elección de contenidos irrelevantes:

> «Está claro que la falta de educación no sólo excluye al ciudadano de los medios impresos sino también de *todos* los medios masivos. La presunción de que la radio salta la barrera del analfabetismo para llegar a todas las personas es infundada. También está claro que el contenido de los medios masivos no ha sido diseñado para servir a su público en función de sus antecedentes educativos. Dos tercios de los programas noticiosos de radio y campañas de información *no* están orientados a gente que nunca ha ido a la escuela» (Ansah).

El hecho de que el 40 por ciento de la población de un asentamiento semiurbano escuche los anuncios locales transmitidos a través de un gong no le resta importancia a la radio, pero los que deciden cuál será el contenido de la programación sí deben de tomarlo en cuenta en su planificación. Uno de los caminos más importantes para introducir un elemento de interacción creciente en la transmisión radial son los radioforos, un embrión de diálogo, de comunicación de doble vía entre los emisores y los receptores.

Un reciente estudio limitado a dos aldeas ghanesas (Atarah 1992) tiene una orientación antropológica, pero se concentra casi enteramente en las costumbres y expectativas relacionadas a los medios. El investigador se aproximó con un mismo formato de entrevista en profundidad a gente de las dos aldeas, así como a un grupo de obreros urbanos y a un grupo de elite urbana. Las tres clases sociales eran notoriamente distintas en sus preferencias de medios masivos y horizontes de noticias. La radio fue una opción natural para los campesinos que viven fuera de la distribución regular de periódicos, siendo para ellos una fuente tanto de información como de entretenimiento. Fue interesante constatar que el uso de la televisión pareció seguir un modelo "del Norte", ya que para la mayoría de los obreros la televisión era una fuente de entretenimiento más que de noticias. La clase media-alta pasaba mucho menos tiempo viendo televisión y solía usarla como fuente de información seria, básicamente noticias y documentales. Más aún, el medio preferido de los hombres de clase media y alta era el impreso, mientras que los hábitos de consumo de las mujeres de clase alta eran similares a los de los obreros, que le dedicaban más tiempo al entretenimiento en la televisión.

También se encontraron diferencias de criterios respecto de las noticias. Para los campesinos la cercanía era el criterio principal para definir un hecho noticioso; o se trataba de un evento local o tenía un impacto directo sobre la situación de vida del entrevistado. Por ejemplo, el presupuesto estatal era considerado más importante que la elección de la asamblea distrital porque su relevancia directa era más obvia. Una tendencia similar era igualmente fuerte entre algunos trabajadores, mostrándose las obreras especialmente indiferentes a las elecciones como tema noticioso.

Las estaciones de radio extranjeras eran consideradas la fuente más confiable de noticias del extranjero. Las que se mencionaron frecuentemente fueron la BBC (*The BBC in East Africa* 1988) y la *Voice of America*. La clase media también tenía acceso a revistas extranjeras, pero tendían a quejarse sobre su elevado costo. Para todos ellos, la televisión era irrelevante como fuente de noticias del exterior.

Más allá de las clases sociales, los entrevistados no consideraban que los medios masivos podrían contribuir a mejorar sus situaciones de vida. Todos reconocieron la importancia de los medios, pero cuando se les preguntaba si la información que traían les ayudaba a mejorar su vida, la respuesta siempre fue negativa. Asimismo, todos los entrevistados expresaron que no tenían poder alguno para controlar los medios.

Con todo, la literatura sobre comunicación comunitaria ha empezado a desarrollarse, llegando a un espectro completo de enfoques, desde las muy prácticas guías de viajero hasta combinaciones emocionantes de compilaciones empíricas bien analizadas con teoría sólida y alerta. La tendencia reciente más interesante se encuentra en el hecho de que la literatura sobre comunicación comunitaria centrada en el Norte y en el Sur revela cada vez más similitudes. Las mismas preguntas preocupan a Nick Jankowski (1992) al trabajar en escenarios urbanos de Europa Occidental y a Hartmann y otros en aldeas de la India. Ambos indican que la comunicación comunitaria en sí misma no es esencial, pero que sí lo son los temas que deben ser comunicados. Si las políticas y prácticas de la comunidad no son participativas y orientadas a la gente, los mecanismos de comunicación exageradamente participativos no sirven. Aun así, la comunicación es portadora de significados y tiene el potencial de comprender al mundo y canalizar los impulsos de cambiarlo. La acción sola rara vez se convierte en comunicación, pero ésta todavía es necesaria para la acción. La palabra clave ya no es la "empatía" de Lerner, dado que implica un pensamiento paternalista (otra persona sabe mejor qué le conviene a la comunidad) sino la liberación de Freire, que resalta la participación y asociación, es decir la emancipación. El problema que hace dudar a los investigadores de la comunicación comunitaria tanto del Norte como del Sur es si la estructura de poder en una comunidad está realmente preparada para la competencia y participación, y no sólo finge adherir a este concepto milagroso.

Otra tendencia que surge de casi todos los estudios recientes orientados a lo local y comunitario es el papel que se asigna a formas de comunicación masiva, antes descuidadas, como el entretenimiento. Esto lleva a su vez a la pregunta esencial de si es necesario reconsiderar el concepto de desarrollo. La gente sí aprende nuevos valores, maneras de ser y prácticas a través del contenido de las industrias culturales. Puede interpretar de mejor manera el mundo que la rodea. Sin embargo, el concepto de desarrollo que sugieren estos nuevos complejos de valores aún se mantiene lejos de las formas "oficiales" de desarrollo que se promueven desde la maquinaria administrativa y política. ¿Cuál de estos conceptos de desarrollo goza de aceptación general?

Las vías de comunicación a disposición de la comunicación para el desarrollo quedaron bien establecidas en la década de 1990 e incluyen periodistas comunitarios, periódicos rurales y comunitarios, avisos públicos, casetes de audio, teatro y danza, radioforos y otras formas de comunicación interpersonal. Por lo demás, todas estas vías han sido bien investigadas. Las pruebas sugieren que estas formas de comunicación comunitaria son relativamente baratas, pero aun así a menudo las comunidades a menudo no tienen posibilidades económicas de dirigirlas por su cuenta. La asistencia externa aún es necesaria, pero los vínculos estrechos con un sistema administrativo estricto tienden a sofocar las nuevas manifestaciones que pueden surgir. Usualmente hay una "cabeza de puente" del sistema administrativo dentro de la misma comunidad, que condiciona la selección operativa. ¿Este sistema permite que la comunicación comunitaria "auténtica" surja, o es precisamente lo que no permite que se reconsidere el concepto de desarrollo? El mayor obstáculo para la comunicación comunitaria sigue siendo el fondo, no la forma.

Bibliografía citada

"An African Experiment in Radio Forums for Rural Development: Ghana" en *Reports and Papers for Mass Communication*, Nº 51. Paris, UNESCO, 1968.

Ansah, P. A. V. (1984). "Communication in Third World Villages: A Ghanaian Experience". Ponencia presentada en la Feria del Libro de Frankfurt y distintos seminarios. Frankfurt, RFA, 29 de septiembre a 9 de octubre.

Ariyaratne, A. T. (1989)."Beyond Development Communication: Case Study on Sarvodaya, Sri Lanka" en Jayaweera, N. y Amunugama, S. (eds.) *Rethinking Development Communication*. Singapore, AMIC.

Atarah, Azato Linus (1992). "The Mass Media and Social Consciousness: The Case Study of Ghana". Tesis de maestría. Finlandia, Universidad de Tampere, Departmento de Periodismo y Comunicación de Masas.

Bashiruddin, S. (1979). *Rural Press in India*. Singapore, AMIC.

The BBC in East Africa: Survey in Tanzania. London, International Broadcasting and Audience Research, 1988.

Berrigan, Frances J. (1981). "Community Communications: The Role of Community Media in Development" en *Reports and Papers on Mass Communication*, Nº 90. Paris, UNESCO.

Bordenave, Juan D. (1976). *Communication and Rural Development*. Paris, UNESCO.

Casmir, Fred L. (ed.). (1991). *Communication in Development*. Norwood, N. J., Ablex.

Communication and the Traditional Media. Ponencias y actas de un seminario organizado por IIMC y el Film and Television Institute of India, Pune. Nueva Delhi, IIMC, 1981.

Doob, Leonard (1961). *Communication in Africa: A Search for Boundaries*. New Haven, Yale University Press.

Freire, Paulo (1972). *Cultural Action for Freedom*. Harmondsworth, Penguin.

Goonasekera, Anura (1990). "Communication, Culture and the Growth of the Individual Self in Third World Societies" en *Asian Journal of Communication*, Vol. 1, Nº 1.

Hartmann, Paul; Patil, B. R. y Dighe, Anita (1989). *The Mass Media and Village Life: An Indian Study*. New Delhi/Newbury Park/London, Sage.

Hall, Stuart (1982). "The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in Media Studies" en Gurevich, Michael; Bennet, Tony; Curran, James y Woollacott, Janet (eds.) *Culture, Society and the Media*. London, Methuen.

Jakubowicz, Karol (1988). "The New Information and Communication Technologies and Democratization of Communication". Ponencia presentada en la XVI Conferencia de IAMCR. Barcelona, julio.

Kasoma, Francis (1990). "Rural Newspaper Forums: Another Model of Communication for Development" en *The Journal of Development Communication*, Vol. 4, Nº 3.

Kivikuru, Ullamaija (1990). *Tinned Novelties or Creative Culture? A Study on the Role of Mass Communication in Peripheral Nations*. Helsinki, Finlandia, Universidad de Helsinki, Departmento de Comunicaciones.

Kunczik, Michael (1984). *Communication and Social Change: A Summary of Theories, Policies and Experiences for Media Practitioners in the Third World*. Bonn, Friedrich-Ebert-Stiftung.

Lerner, Daniel (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernising the Middle East*. Glencoe, Ill., The Free Press.

McAnany, Emile (ed.) (1980). *Communications in the Rural Third World: The Role of Information in Development*. New York, Praeger.

Rao, Y. V. L. (1963/1966)). *Communication and Development: A Study of Two Indian Villages*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

"Rural Press in Africa: Dialogue Between Cities and Villages". Documento preparado sobre la base de los informes de consultores para una reunión del Consejo Africano de Enseñanza de la Comunicación. Dakar, UNESCO, diciembre 1978.

"Rural Press in Africa: Course Documents". Mimeografía. Berlin, International Institute of Journalism, 1987.

Saville-Troike, Muriel (1982). *The Ethnography of Communication: An Introduction*. Oxford, Basil Blackwell.

Schramm, Wilbur (1964). *Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries*. Stanford, California, Stanford University Press and UNESCO.

Servaes, Jan (1986). "Cultural Identity and the Mass Media in the Third World" en *Third Channel*, Vol. II, Nº 1.

Smith de Cherif, Teresa (1992). "Wall Papers in the Desert: A Sahrawi Initiative for Problem Solving in Exile" en Mowlana, H. y Hardt Frondorf, M. (eds.) *The Media as a Forum for Community Building: Cases from Africa, Asia, Latin America, Eastern Europe and the United States*. Washington, D. C., SAIS.

Traber, Michael (1988). "The Stories People Tell: Are They Part of the Democratic Process?" en *Africa Media Review*, Vol. 2, Nº 2.

Ugboajah, Frank (1985a). "Oramedia" en Ugboajah, F. (ed.) *Communication, Culture and Society in West Africa*. Munchen/New York/London, WACC and Hans Zell Publishers.

Ugboajah, Frank (1985b). "Media Habits of Rural and Semi-Rural (Slum) Kenya" en *Gazette*, Nº 36.

Valbuena, Víctor T. (1986). *Philippine Folk Media in Development Communication*. Singapore, AMIC.

Wang, Georgette y Dissanayake, Wimal (eds.) (1984). *Continuity and Change in Communication Systems: An Asian Perspective*. Norwood, New Jersey, Ablex.

Extracto de

La teoría de la difusión y la toma de decisiones participativa

Joseph Ascroft y Robert Agunga

Estudios sobre la difusión en los Estados Unidos

El concepto de "difusión", tal como se usa en el cambio social, se refiere generalmente al proceso mediante el cual las ideas nuevas (llamadas innovaciones) se comunican a lo largo y ancho de un sistema social. En Estados Unidos se han llevado a cabo una gran cantidad de estudios respecto de la difusión de innovaciones desde fines de la década de 1920, cuando se realizaron los primeros. Pero el estudio de la difusión del maíz de semilla híbrida en Iowa de Ryan y Gross de 1943 fue el decisivo para la investigación de la difusión y estableció los fundamentos de una teoría. Consistió en determinar cuándo y cómo los agricultores adoptaron el maíz de semilla híbrida. Su índice de adopción se graficó en el tiempo y resultó en la ahora familiar curva en "S", que luego se dividió sobre la base de desviaciones estándar para formar categorías de "adoptantes", desde tempranos hasta tardíos. El proceso de adopción, desde la primera conciencia de una innovación hasta la aceptación final, también se dividió en etapas y se determinaron los canales de comunicación utilizados en cada una.

Kivikuru, Ullamaija (1994). "Going Grassroots" en Kivikuru, U.; Lobulu, W. y Moshiro, G. *Changing Mediascapes? A Case Study in Nine Tanzanian Villages*. Finland, University of Helsinki, Institute of Development Studies, Report B 28/1994, 1-12. Reproducción autorizada por el autor.

Everett Rogers formalizó estos y posteriores hallazgos de carácter similar en su obra seminal publicada en 1962 y en actualizaciones subsiguientes: *The Communication of Innovations* en 1971 y *The Diffusion of Innovations* en 1983. Puesto que estas obras representan la mejor síntesis disponible de la investigación en la tradición difusionista, las examinaremos a fondo para determinar hasta qué punto incluyen una consideración de la toma de decisiones participativa.

Aunque los tres libros de *Innovations* se referían a la transferencia de innovaciones de los países industrializados a los menos desarrollados, en su libro de 1969 con Lynn Svenning, *Modernization among Peasants: The Impact of Communication*, fue donde abordó más sistemáticamente el concepto de difusión en apoyo al desarrollo. Por ese motivo, examinaremos este libro más detenidamente. Algo que infunde peso académico a la obra de Rogers es el Centro de Documentos de Difusión, desarrollado por él primero en Michigan State University y luego en California. Estudios de difusión de todas partes del mundo se depositaron en este centro y se usaron como fuentes importantes para sus libros *Innovations*. El libro de 1962 se nutrió de 1.126 publicaciones de todo el mundo y el de 1983 de más de 2.000 informes de estudios de difusión empíricos y 3.000 publicaciones reunidas a nivel mundial. Un análisis crítico de la obra de Rogers, desde su trabajo pionero en 1962, es un ejercicio útil.

Nociones iniciales de la difusión de la asistencia técnica

Se comenzó a prestar atención a las dificultades de las sociedades campesinas en lo que ahora se conoce como el Tercer Mundo después de la Segunda Guerra Mundial, cuando las ex colonias empezaron a obtener su independencia. Impulsados por el ahora legendario programa *Punto Cuarto* lanzado por Harry S. Truman en su discurso inaugural de 1949, los países industrializados se dispusieron a enviar pelotones de asistentes técnicos internacionales para ayudar a difundir innovaciones entre las familias campesinas. Estos asistentes técnicos eran una extensión de un sistema de agentes de cambio profesionales que desde tiempo atrás habían formado parte de la difusión de innovaciones en Estados Unidos.

El papel de los agentes de cambio profesionales

Un punto importante de la teoría de la difusión en sus inicios fue el papel de los agentes de cambio en el fomento de la difusión de una innovación y la consecuente incidencia en los índices de adopción. Rogers (1962) definió al agente de cambio como un «profesional que trata de influir en las decisiones de adopción de manera que el cambio se adecue a los valores culturales y las experiencias pasadas de los clientes y que los clientes puedan percibir la necesidad de una innovación y de que ésta se introduzca con buenos resultados». En este sentido, Rogers aconsejaba a los agentes de cambio mejorar la capacidad de sus clientes de evaluar las ideas nuevas, y gastar menos energía en simplemente promover las innovaciones propiamente dichas. La intención, aparentemente, era asegurar que los clientes entendieran a fondo las implicaciones de una innovación antes de comprometerse con ella. En otras palabras, la base para la toma de decisiones sería el diálogo entre el agente de cambio y el cliente, cuyo resultado principal no es necesariamente la adopción, por más que así lo quiera el agente, sino un entendimiento mutuo sobre las ventajas y desventajas involucradas.

Por lo tanto, el primer libro de Rogers parecía sentar las bases de una teoría que pretendía incorporar la idea de la toma de decisiones participativa. No obstante, como el tema no era controvertido en ese momento, el libro no recalcó mayormente la participación popular como fundamental en la toma de decisiones. Uno se veía obligado, más bien, a leer entre líneas para dilucidarlo del texto. No olvide-

mos, sin embargo, que el primer libro sobre difusión de Rogers trataba sobre la difusión en los países occidentales, especialmente en Estados Unidos, donde se había realizado el grueso de los estudios disponibles en 1962.

De difusión a comunicación de las innovaciones

La segunda edición de *Diffusion of Innovations*, publicada en 1971 con el nuevo título *Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach*, se centra más directamente en el Tercer Mundo. Con Floyd Shoemaker como coautor, el libro refleja evidentemente la transición de Rogers de un sociólogo rural estadounidense a un académico internacional de la comunicación. Un acontecimiento importante contribuyó a esta transición: su estudio del proceso de difusión en tres países —Brasil, Nigeria y la India— que amplió su visión a los tres continentes del Tercer Mundo. Esta experiencia y el estar expuestos a un gremio de difusionistas cada mayor, llevó a Rogers a elaborar una filosofía de la difusión bastante divergente de su perspectiva en 1962 y muy bien adecuada al modelo de desarrollo imperante que se llegó a conocer como el "paradigma dominante".

El paradigma dominante se centraba en el crecimiento económico medido en función del índice de crecimiento de la producción, es decir, el producto nacional bruto (PNB). Para los economistas de ese entonces, tales como Rostow (1960) y Rosenstein-Rodan (1964), esto significaba conseguir que el Tercer Mundo adoptara innovaciones que ya eran generalizadas en los países industrializados. Este enfoque no incluía que los ciudadanos del Tercer Mundo elijan entre fuentes alternativas de desarrollo. Más bien, insistía en que sigan inevitablemente los pasos de los países industrializados. La esencia del paradigma dominante, por lo tanto, era que los tecnólogos occidentales no sólo sabían lo que era mejor para el desarrollo del Tercer Mundo, sino también la mejor forma de hacérselo llegar.

Ése fue el punto de vista adoptado por Rogers y Shoemaker en su libro de 1971 que, básicamente, era la segunda edición de la publicación de Rogers de 1962. El libro cambió poco en las secciones que trataban sobre las categorías de "adoptantes" y sus características. Aunque seguía resaltando que la percepción que tiene el receptor de los atributos de una innovación es lo que más afecta su índice de adopción, estas percepciones —argumenta el libro— a menudo inhibían la adopción de prácticas nuevas, independientemente de su beneficio relativo. En lugar de abogar por una mayor comprensión de estas percepciones y de las actitudes subyacentes tras ellas, el libro sostenía que era necesario cambiar las percepciones de los campesinos y reemplazarlas con actitudes más receptivas al cambio; y la persona encargada de administrar esta proeza era el agente de cambio.

El capítulo de Rogers y Shoemaker sobre el agente de cambio empieza con una cita que sugiere que la gente siente un temor natural ante las ideas nuevas y se inclina a maltratar a quienes las ofrecen. Esto colocaba a los agentes de cambio como adversarios, que ahora enfrentaban el problema de hacer algo bueno para clientes que se mostraban hostiles y resistentes a sus propuestas. Según los autores esto era particularmente cierto en el caso del trabajador de asistencia técnica en un país menos desarrollado, descrito como una persona que «actúa de vínculo entre un país más desarrollado y los clientes del país menos desarrollado en el cual está introduciendo innovaciones». Con frecuencia había un abismo social entre el sistema representado por el agente de cambio y el sistema de sus clientes, uno que podría incluir diferencias de idioma, posición socioeconómica, competencia técnica, y diversas creencias y actitudes. Es decir, el grado de heterofilia entre los asistentes técnicos y sus clientes se hacía particularmente evidente en los países del Tercer Mundo. (Rogers y Shoemaker definen la heterofilia, el opuesto exacto de la homofilia, como el grado en que pares de individuos que interactúan son diferentes en cuanto a ciertos atributos). Lejos de buscar maneras de cruzar este "abismo", Rogers y Shoemaker más bien ofrecen una definición sutilmente modificada del agente de cambio, en la que lo responsabilizan no de influir en las decisiones de adopción en la dirección que él considera aconsejable sino de hacerlo en las «decisiones de innovación en la dirección que la agencia de cambio considere aconsejable». Con este enunciado, la toma de decisiones excluía a la persona que mantenía el contacto más cercano con el cliente final y era trasladada a una instancia más remota. Los responsables de decidir la naturaleza del cambio que habría de infligirse a los pobladores del Tercer Mundo ahora podían hacerlo desde la comodidad de sus sillones en Washington, Ginebra o Roma, y dejar que los agentes de cambio lograran la adopción de las innovaciones que la agencia había seleccionado, independientemente de que los beneficiarios previstos hubiesen expresado o siquiera percibido necesitarlas. Aunque sin decirlo abiertamente, es difícil eludir la sensación de que "quien paga manda". Fue, entonces, esta orientación autoritaria de las agencias de cambio hacia la toma de decisiones de desarrollo la que legitimó el paradigma dominante y le dio su sello de comunicación "de arriba hacia abajo".

Un modelo unidireccional de la comunicación de difusión

Como para no dejar ninguna duda acerca de quién estaba al timón del desarrollo del Tercer Mundo, Rogers y Shoemaker adoptaron, y luego adaptaron, el modelo de comunicación de Fuente-Mensaje-Canal-Receptor (FMCR) popularizado por Berlo en su libro de 1960, *The Process of Communication*. El propósito del modelo era identificar los elementos fundamentales del proceso de comunicación que, en su forma más elemental, consistía en una fuente que entregaba un mensaje estructurado a un receptor a través del canal de los sentidos del receptor.

Berlo describió su modelo como una «foto instantánea» del proceso, en lugar de una «película cinematográfica» sobre el mismo. Se esforzó, sin embargo, en recalcar que, como instantánea, el modelo inevitablemente daba la impresión de un flujo de información unidireccional, no iterativo, de la fuente al receptor. Así como en una película donde se muestra la continua interacción de toma y saca entre la fuente y el receptor, la comunicación se vería representada de modo más realista si se la entendiera como un proceso recíproco, en el que cada parte se turna como fuente y receptor. Para fines pedagógicos, sin embargo, Berlo encontró más práctico usar la noción de la instantánea que la versión de la película cinematográfica para abstraer y mostrar los elementos esenciales de la comunicación. Todas estas explicaciones, sin embargo, no evitaron que su FMCR fuera acusado de unidireccional y denigrado a tal punto que hoy ya no es considerado un modelo de comunicación particularmente útil.

Éste es el modelo que Rogers y Shoemaker decidieron adoptar y adaptar a las necesidades del proceso de difusión. Cambiaron el modelo FMCR de Berlo por un modelo de efectos con sólo agregar la "E" de "Efecto", con lo cual quedó en FMCRE. Con esta adición, toda reciprocidad iterativa que Berlo podría haber pretendido originalmente quedó anulada. El modelo se volvió incontrovertiblemente unidireccional y, dado que se consideraba que el agente de cambio era la fuente de difusión y el campesino el receptor, también se volvió "de arriba hacia abajo". En otras palabras, el paradigma dominante fue presentado con un modelo hecho a medida para describir su proceso y el mundo de la asistencia técnica con una justificación para imponerle al Tercer Mundo el personal encargado de tomar decisiones unilaterales.

No se necesitaba mucha imaginación para interpretar el modelo FMCRE en función del Tercer Mundo. Incluidas en "F" estaban las agencias de ayuda externa tales como la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), la Friedrich Ebert Stiftung de Alemania, el Banco Mundial y la Organización para la Agricultura y la Alimentación de la Organización de las Naciones Unidas, e incluso el Cuerpo de Paz de EE.UU. Incluidos en "M" estaban las técnicas y tecnologías de la moderniza-

ción; bajo "C", no los canales representados por los cinco sentidos en el modelo original de Berlo, sino los medios masivos, los materiales visuales y el boca a boca. En "R" estaban, por supuesto, la población urbana pobre y los campesinos rurales del Tercer Mundo quienes, después de todo, eran los beneficiarios del desarrollo. Por último, la "E" incluía los nuevos comportamientos que las agencias de cambio consideraban aconsejable que los campesinos adoptaran por su propio bien.

Los métodos autoritarios frente a los participativos

La segunda edición contiene una breve comparación entre los métodos "autoritarios" y los "participativos" frente al cambio organizativo. En el método autoritario, «hay una distribución muy desigual del poder y las decisiones relativas al cambio se toman desde una posición centralizada de poder en virtud de la cual los demás deben obedecer la decisión», mientras que el método participativo consiste en «una amplia distribución del poder y las decisiones relativas al cambio se toman en consulta con los afectados por el cambio» (Rogers y Shoemaker). La sección termina con la generalización misteriosa de que «es más probable que se discontinúen los cambios que tienen lugar como consecuencia de un método autoritario que aquellos que ocurren como resultado del método participativo». Aun cuando los enunciados anteriores no se hicieron en el contexto del desarrollo del Tercer Mundo sino de la estructura organizativa occidental, es extraño que a las agencias de cambio y sus agentes, cuyo papel de inducir el proceso de difusión para que ocurra más rápidamente es presentado como crucial, se les atribuya, según la propia definición del libro, un autoritarismo que, dado el pronunciamiento relativo al método autoritario, condenaría su labor al fracaso.

La no adopción de las innovaciones para el desarrollo

No queda claro en el libro qué fue lo que causó que Rogers y Shoemaker se alejaran de la versión original de 1962, en la que parecían favorecer la autonomía de decisión como prerrogativa del adoptante. El hecho es que mientras en la obra de 1962 la teoría de la difusión parecía inclinarse por la participación de los beneficiarios en la toma de decisiones sobre la adopción de innovaciones, la de 1971 cambió a un enfoque que requería del cumplimiento por parte de los beneficiarios y no quedaba ningún espacio para la participación del campesino en la toma de decisiones sobre la adopción. Los estudios realizados por Ascroft y otros (1973) en las comunidades agrícolas de Kenia casi al mismo tiempo que la publicación del libro de Rogers y Shoemaker produjeron resultados marcadamente contrarios a los de Estados Unidos. Se encontró que los índices de difusión eran tan limitados que no se podía trazar la curva S tradicional. Las innovaciones, que se venían fomentando activamente mediante la extensión durante años, aún no habían sido adoptadas por mayorías que alcanzaban hasta el 90 por ciento. En Estados Unidos quienes

Otro desarrollo: un no-concepto académico

Extracto de *La toma de decisiones participativa en el desarrollo del Tercer Mundo*

Joseph Ascroft
y Sipho Masilela

Actualmente no hay en perspectiva ninguna política nueva de "nuevas direcciones" que reemplace a la antigua, ningún concepto fresco y estimulante, ningún lema de movilización que motive el entusiasmo y reavive el optimismo sobre el desarrollo. Es un momento casi de desolación, de una aparente bancarrota de ideas prácticas, un momento en el que el punto de reorganización, al menos para los académicos, es un no-concepto denominado, por decirlo así, "otro desarrollo". Es esencialmente el producto de la corriente de pensamiento europea sobre el desarrollo con su epicentro en Suecia, en la Fundación Dag Hammarskjöld y la Fundación Internacional para Alternativas de Desarrollo.

El "otro desarrollo" aboga por un enfoque con una fuerte corriente de "empoderamiento" centrado en asegurar que se cubran las necesidades y los derechos básicos de los pueblos del Tercer Mundo. Fomenta la percepción y resolución endógena de problemas y la autosuficiencia, recurriendo a fortalezas y recursos propios. Propone descentralizar las transformaciones estructurales y transferir la toma de decisiones de los centros urbanos a las aldeas rurales. En teoría, enuncia todos los principios por los que los europeos están hasta hoy dispuestos a luchar y morir. Pero ése es el problema principal de ese otro desarrollo. En lo que se refiere al Tercer Mundo, vive principalmente en la literatura académica y sus proponentes se conforman con pontificar en un ampuloso lenguaje erudito, en lugar de lanzarse al ruedo de la teoría del desarrollo aplicado y poner en práctica lo que predican.

Quizá el principal obstáculo para aplicar los principios del "otro desarrollo" es que es demasiado intimidante. Bjorn Hettne (1982) lamenta la falta de capacidad y determinación del Tercer Mundo para un pensamiento de desarrollo y el establecimiento de estrategias totalmente endógenos. Las instituciones de estudio y formación del Tercer Mundo siguen dominadas por tradiciones neocoloniales, décadas después de haber adquirido su independencia. La enseñanza es extranjera y alienante e implanta esquemas, modelos y teorías inapropiados en los científicos sociales locales, cuyas mentes cautivas están enganchadas en una reproducción imitativa y conformista de los valores occidentales, haciendo caso omiso de los propios.

Las universidades del Tercer Mundo son colaboradores bien dispuestos de un imperialismo académico en el que los investigadores extranjeros, usando instrumentos prediseñados y mano de obra barata local supervisada por obsecuentes investigadores locales, extraen los datos brutos por cajones para llevarlos a sus instituciones matrices. Allí, los datos se procesan por computadora y los hallazgos se interpretan según las teorías extranjeras, se informan en un idioma extranjero en conferencias extranjeras y se publican en ediciones extranjeras que se pondrán a disposición de las instituciones de los países de donde se extrajo la información sólo cuando se produzca un intercambio con el extranjero. Los académicos no necesitan mirar más allá de los pasillos de sus propias universidades vetustas para encontrar ejemplos relucientes de la teoría de la dependencia.

No es de sorprender, entonces, que hayan empezado a surgir voces casi heréticas de los páramos del Tercer Mundo, como la de Elmandjira, quien propone deshacerse de la ayuda para el desarrollo porque desalienta el autodesarrollo, o Dasgupta, cuya provocadora «teoría contra el desarrollo» va aún más allá y sugiere que es el desarrollo mismo el que impide la reducción de la pobreza en el Tercer Mundo y que la única manera de eliminar la pobreza es rechazando el desarrollo y optando por una sociedad que se oponga a la riqueza, al crecimiento y al desarrollo, y que santifique el progreso, la felicidad y la liberación de la pobreza: una sociedad sin riqueza, pero también sin pobreza. Estos planteamientos en contra del desarrollo podrían ser meritorios, como probablemente lo siguen siendo aquellos que lo favorecen.

El problema es que *nosotros* no sabemos cuáles son los deseos del pueblo en estos asuntos. No sabemos porque, aunque expresemos nuestro más sincero deseo de que participen en la planificación y la toma de decisiones sobre el desarrollo con nosotros, todavía no sabemos cómo hacer que esta idea funcione en la práctica. Si damos la impresión de que nuestra reseña de la tendencia actual del desarrollo termina en un tono desalentador, es porque al parecer la tendencia ha llegado a ese punto de irresolución. Quizá nos aproximemos a una mayor comprensión si examinamos las tendencias de las corrientes de pensamiento sobre la comunicación para el desarrollo.

Bibliografía citada

Dasgupta, Sugata (1982). "Towards a Non-Poverty Society" en *Social Development Issues*, 6.

Hettne, Bjorn (1982). *Development Theory and the Third World.* Stockholm, Sweden, Swedish Agency for Research Cooperation with Developing Countries.

Ascroft, Joseph y Robert Agunga (1994). "Participatory Decision Making in Third World Development" en White, S.; Sadanandan Nair, K. y Ascroft, J.(eds.) *Participatory Communication Working for Change and Development.* New Delhi, India, Sage Publications. Reproducción autorizada por la editorial.

no las adoptaban —a los que se denominaba "rezagados"— rara vez superaban el 15 por ciento.

La impresión inicial fue que los campesinos eran, en general, iguales a los rezagados estadounidenses: resistentes al cambio, excesivamente conformistas con la tradición, con la atención fija en el espejo retrovisor en lugar de en el camino por delante. A este concepto se le dio más crédito con la publicación de los elementos de la «subcultura del campesinado» de Rogers con Svenning (1969). Se sintetizaron las características de esta subcultura a partir de las obras de varios teóricos de la época, como Oscar Lewis, Daniel Lerner y David McLelland. En total, se identificaron diez elementos que incluían: desconfianza mutua en las relaciones interpersonales, percepción de un bien limitado, dependencia y hostilidad frente a la autoridad gubernamental o familiar, ausencia de capacidad innovadora, fatalismo, aspiraciones limitadas, falta de gratificación diferida, visión limitada del mundo y baja empatía.

Sin embargo, un análisis de las características de los campesinos kenianos que sí adoptaron las innovaciones propuestas reveló diferencias marcadas con quienes no lo hicieron. En general, quienes las adoptaban sabían leer y escribir, y tenían alguna educación. Asimismo, estaban en mayor contacto con los agentes de cambio y expuestos a influencias modernizadoras como los medios masivos. Quienes no lo hacían, en su mayoría analfabetos, tenían poco contacto con estas fuentes. Los primeros demostraban habilidades y conocimientos asociados a las innovaciones promovidas en ese momento en el trabajo de extensión. Los segundos, en su mayoría, ni siquiera estaban conscientes de la existencia de la campaña de extensión y no tenían habilidades o conocimientos asociados a las innovaciones específicas. No era difícil sacar conclusiones: los agentes de cambio favorecían a algunos clientes e ignoraban por completo a todos los demás. Bajo el paradigma dominante, no había comunicación entre los asistentes de ayuda técnica y los campesinos analfabetos: no se tomaba ningún tipo de decisión participativa en absoluto.

Se habría podido pensar que si una agencia de cambio seleccionaba las innovaciones que iba a difundir y diseñaba y ejecutaba las campañas para hacerlo, y pese a ello la campaña no producía los resultados deseados, la agencia tarde o temprano examinaría sus propias estrategias para encontrar las deficiencias. Si así se hubiese hecho, quizás se habría descubierto que los métodos de difusión que aparentemente funcionaban bien en Estados Unidos y otros países industrializados lo hacían del mismo modo en los países del Tercer Mundo, pero sólo respecto del grupo de personas con características educacionales similares a las de sus homólogos más desarrollados. En la mayoría de los países del Tercer Mundo ese grupo es la minoría, lo que significa que el grueso de las comunidades campesinas quedan excluidas del proceso de difusión. Pero las agencias de cambio no llevaron a cabo estos autoanálisis, de modo que Rogers y Svenning (1969) también terminaron acusando a los campesinos de rehusarse a que se les "desarrollara".

La política de las nuevas direcciones

Cuando Robert McNamara (1973) señaló que las personas que más necesitaban beneficiarse de las iniciativas de desarrollo, —«los más pobres de los pobres»— del mundo, en realidad eran las que menos se estaban beneficiando. Planteó la explicación, novedosa en ese entonces, de que la causa de esta situación quizá no fuera que se resistían al cambio en sí mismo, sino que de alguna manera habían quedado excluidas de los procesos establecidos para ayudarlas. Puesto que las agencias de cambio tomaban todas las decisiones en su nombre, no les quedaba mucho por hacer salvo cumplir con ellas. «Ningún programa va a ayudar a los pequeños agricultores si es diseñado por personas que no conocen sus problemas y dirigido por quienes no tienen ningún interés en su futuro», dijo Robert McNamara.

Fue, por lo tanto, McNamara quien pronunció el primer llamado público a la participación de los campesinos en la toma de decisiones sobre el desarrollo. Tres años después, Rogers (1976) se sumó a este llamado al declarar la «caída del paradigma dominante» y anunciar la llegada de un nuevo enfoque denominado el «autodesarrollo», que suponía «otro papel para la comunicación, distinto del enfoque usual del desarrollo de arriba hacia abajo del pasado». Este nuevo enfoque planteaba que los sistemas comunitarios iniciaran la búsqueda de información técnica sobre los problemas del desarrollo, las posibilidades y las innovaciones apropiadas y, que mediante un proceso de comunicación de "abajo hacia arriba" —la antítesis de la comunicación "de arriba hacia abajo"—, transmitieran sus necesidades a las agencias de cambio. Rogers consideró que este enfoque abría nuevos caminos para el desarrollo, incluida la «participación popular en la planificación y ejecución del autodesarrollo». Pero en esta comunicación "de abajo hacia arriba" quedaba la extraña impresión de que en la forma de participación popular de Rogers, los potenciales beneficiarios del desarrollo participaban entre ellos, sin ninguna intervención de los agentes de cambio.

De regreso a la difusión de innovaciones

La tercera edición de Rogers se titulaba una vez más *Diffusion of Innovations*. Se publicó en 1983, en una época en la que el término "paradigma dominante" había pasado de moda y, por ende, fue purgado en esta tercera edición. También se eliminó toda mención al modelo de comunicación FMCRE. Pero, inexplicablemente, en la tercera edición tampoco había ninguna mención a los enfoques autoritarios frente a los participativos del cambio organizativo.

A manera de explicación, Rogers (1983) ofrece algo de autocrítica, al observar que «muchos teóricos de la difusión han conceptualizado el proceso de difusión como uno de persuasión unidireccional». Como tal, la tendencia había sido ver la difusión como una actividad de comunicación lineal, unidireccional, de uno a muchos, en la que la preocupación principal era vender productos, acciones o políticas. Esta visión unidireccional todavía describía, según la percepción de Rogers, ciertos tipos de difusión; por ejemplo, «una persona, digamos un agente de cambio, informa a un posible adoptante acerca de una idea nueva». Sin embargo, añade que «otros tipos de difusión se describen con más precisión a través del modelo de convergencia, en el que la comunicación se define como un proceso en que los participantes generan e intercambian información entre ellos para llegar a un entendimiento mutuo».

Rogers nunca llega a aclarar qué quiere decir con este enunciado. La implicación, sin embargo, es que la difusión administrada por los agentes de cambio es necesariamente unidireccional y, por tanto, ligada para siempre a la orientación del paradigma dominante. Este punto de vista concuerda con sus definiciones anteriores de la comunicación, pero contrasta marcadamente con la de 1983, que parecía estar calculada para aplacar (si no conciliarse con) las voces crecientes que instaban a la participación de los potenciales beneficiarios de la difusión de innovaciones en la decisión del rumbo de su propio desarrollo. De modo que mientras las definiciones anteriores parecían decididamente unidireccionales y autoritarias —siendo la comunicación, en la edición de 1962, el modo en que se propagaba la influencia y en la de 1971 el proceso mediante el cual los mensajes se transferían de la fuente al receptor—, la definición de 1983 se centró en que los participantes de la comunicación crearan e intercambiaran información para lograr un entendimiento mutuo.

Por qué Rogers no consideró apropiado que los agentes de cambio participaran con sus beneficiarios creando e intercambiando información entre ellos para alcanzar un entendimiento mutuo, nunca se explicó claramente. En su tercera edición, por ende, Rogers sigue definiendo la acción del agente de cambio en un sentido de arriba hacia abajo, una persona que influye en las decisiones de innovación de sus beneficiarios en la dirección que le parezca aconsejable a la agencia de cambio. En cuanto a la creación e intercambio de información de los par-

ticipantes, los dados siguen cargados en favor de la agencia de cambio, con sus profesionales capacitados al alcance para asegurar que las decisiones tomadas concuerden con su criterio. Puesto que en ningún momento en la tercera edición de Rogers se menciona a otros agentes responsables de influir en las decisiones de formulación de políticas en la dirección que los beneficiarios previstos consideren deseable, uno se queda con la sensación inquietante de que el paradigma dominante en realidad no había caducado, sino que sólo había sido camuflado.

¿Es la teoría de la difusión, según Rogers, inhóspita para la toma de decisiones participativas? Si aplicáramos un poco de percepción selectiva a toda su obra, se podría deducir claramente que "no". Hay un hilo de aprobación que vincula a las tres ediciones. Desde su dictamen de 1962 en el sentido de que los agentes de cambio debían preocuparse más por mejorar las habilidades de sus beneficiarios para evaluar las ideas nuevas que por simplemente promover las innovaciones por sí mismas, a su generalización de 1971 respecto de que los métodos participativos logran una adopción de las innovaciones más duradera que la obtenida mediante métodos autoritarios, y finalmente a su definición de la comunicación en 1983, en el sentido de que los participantes deben crear e intercambiar información para lograr un entendimiento mutuo, Rogers parece demostrar su empatía por el concepto. El problema es que su descripción de los agentes de cambio contradice marcadamente este sentimiento.

En la edición de 1983, Rogers sí abandonó el modelo de comunicación FMCRE, pero erró al descartar un modelo sin reemplazarlo por otro, porque sugería que sabía lo que no se debía hacer, pero no lo que se debía hacer en su lugar. Pero, como dice Cees Hamelink (citado en Servaes 1987): «La mayoría de nosotros ha escrito extensa y críticamente sobre cómo Lerner y Schramm y Rogers han abordado inadecuadamente todas estas cosas [...] pero ninguno de nosotros ha planteado realmente un modelo nuevo y mejor».

Bibliografía citada

Ascroft, Joseph; Roling, Niels; Kariuki, Joseph y Chege, Fred (1973). "Extension and the Forgotten Farmer" en *Bulletin* Nº 37. Wageningen, Nederlands, Afdelingen voor Sociale Wetenschappen aan de Landsbouwhogeschool.

Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice.* New York, Holt, Rinehart and Winston.

McNamara, Robert S. (1973). "Annual Address to the Board of Governors" en *Annual Proceeding of the Board of Governors.* Washington D. C., World Bank.

Rogers, Everett M. (1962). *Diffusion of Innovations.* New York, The Free Press.

Rogers, Everett M. y Shoemaker, Floyd (1971). *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach.* New York, The Free Press.

Rogers, Everett M. y Svenning, Lynn (1969). *Modernization Among Peasants: The Impact of Communication.* Chicago, Holt, Rinehart and Winston Inc.

Rogers, Everett M. (1976). "Communication and Development: the Passing of the Dominant Paradigm" en *Communication Research*, 3.

Rogers, Everett M. (1980). "Rise and Fall of the Dominant Paradigm" en Whoit de Bock (ed.) *Mass Communication Review Yearbook.* Thousand Oaks, California, Sage.

Rosenstein-Rodan, P. N. (1964). *Capital Formation and Economic Development.* Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

Rostow, Walter W. (1969). *The Process of Economic Growth.* Oxford, Clarendon Press.

Ryan, Bruce y Gross, Neal (1943). "The Diffusion of Hybrid Corn in Two Upper Iowa Communities" en *Rural Sociology*, 8.

Servaes, Jan (1987). "The Last Forty Years—And the Next: Towards Another Development Communication Policy". Ponencia presentada en el Seminario sobre la Comunicación y el Cambio. Honolulu, Universidad de Hawaii y East-West Center.

Ascroft, Joseph y Robert Agunga (1994). "Diffusion Theory and Participatory Decision Making" enWhite, S.; Sadanandan Nair, K. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication Working for Change and Development.* New Delhi, India, Sage Publications. Reproducción autorizada por la editorial.

Más allá de los dualismos

Extracto de *Hacia teorías sobre y para la práctica de la comunicación*

Robert Huesca y Brenda Dervin

Las tres corrientes de la literatura que abogan por el desmoronamiento de los dualismos se superponen y a la vez contribuyen de distintos modos. Los estudios de la cultura popular aportaron pruebas que minaron muchos de los supuestos instrumentistas que guiaban a la comunicación alternativa y revelaron puntos de contradicción y tensión en las prácticas culturales que se podían usar estratégicamente para la acción comunicacional. Los estudios transnacionales subrayaron que la comunicación alternativa no es impermeable a la influencia mundial, y exigieron que se incorporara teóricamente lo oposicionista. Los proyectos empíricos buscaron hacerlo principalmente mediante un cambio contextual, articulando acciones a través de las fronteras. Por último, la concentración en la praxis exigía una síntesis entre el proceso local y el referente mundial mediante prácticas reflexivas. Los aportes críticos de estas tres corrientes sirvieron para demostrar las contradicciones entre el mundo ordenado de las categorías dualistas y el terreno indomado de la práctica.

Los estudios aludidos proporcionaron pruebas claras de que (a) las prácticas horizontales a veces producían contenidos opresores, (b) en la vida cotidiana la gente negociaba con los procesos dominantes de maneras liberadoras y (c) los grupos liberadores a menudo usaban los modos de comunicación dominantes para fines contrahegemónicos. Aunque cuestionaban eficazmente la pulcritud de las primeras corrientes de pensamiento sobre la comunicación alternativa, no proporcionaban un modo coherente de explicar, o siquiera abordar, los medios masivos, la cultura y la praxis, que lleve a comprender en qué forma los procesos horizontales llegan a dominar o los procesos verticales a liberar. Se ha dejado sin teorizar el tema central de cómo tanto la resistencia (lucha e invención) cuanto la conformidad (reinscripción y cosificación) surgen dentro de limitaciones estructurales y, por tanto, cómo los medios desempeñan y pueden desempeñar un papel en los procesos que conducen al empoderamiento, la liberación y la transformación.

Los estudios de la cultura popular presentaron, más bien, un mundo en el que la comunicación vagaba impredeciblemente entre terrenos liberadores y dominantes a través de procesos tanto alternativos como tradicionales. La perspectiva transnacional invocaba a incorporar lo dominante en lo alternativo,

Participación

Extracto de *Comunicación participativa como parte de la construcción de una sociedad participativa*

Juan Díaz Bordenave

La participación es el proceso en el cual una persona se percibe a sí misma como un individuo único y, a la vez, como miembro de una comunidad. Aceptar la participación como una necesidad humana básica implica que la participación es un derecho humano, y que debe ser aceptada y alentada por sí misma y por sus resultados. Si se niega la participación, se mutila la personalidad individual, se obstaculiza su crecimiento y se frustra su potencial para construir una comunidad. En otras palabras, la participación no es simplemente un beneficio adicional que las autoridades pueden otorgar como un favor, sino un derecho humano inherente que ninguna autoridad puede negar.

Díaz Bordenave, Juan (1994). Extracto de "Participative Communication as a Part of Building the Participative Society" en White, S.; Sadanandan Nair, K. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication Working for Change and Development.* New Delhi, Sage Publications. Reproducción autorizada por la editorial.

pero no ofrecía ninguna dirección teórica respecto de cómo lograrlo. Por último, la praxis justificaba los procesos alternativos y tradicionales en bien de la consolidación de movimientos sociales transformadores. Pero, nuevamente, ninguna orientación teórica sobre cómo lograrlo se expresó explícitamente. El aporte de ese trabajo ha sido sacudir a la comunicación alternativa para sacarla de su simplicidad preceptiva y, en algunos casos, ofrecer marcos útiles para acompañar al arqueólogo cultural en la interpretación de lo popular. Pero ahora la literatura sobre el tema está a la deriva en términos teóricos, en tanto no puede explicar el movimiento en el terreno de los procesos y las consecuencias de la comunicación.

Esencialmente, entonces, la literatura latinoamericana sobre la comunicación alternativa ha englobado los procesos dominantes y alternativos en metas y contenidos tanto opresores cuanto liberadores, sin dar ninguna orientación sobre cómo todo esto ocurre. Mientras que en el contexto del legado de los dualismos se suponía que los procesos dominantes habrían de conducir a resultados dominantes —es decir, a mantener el statu quo— y que los procesos alternativos lo harían a resultados alternativos y a desafiar el statu quo, ahora se considera que tanto los unos como los otros pueden llevar potencialmente a resultados tanto dominantes como alternativos.

Este desmoronamiento de un legado es una fuente de lo que se puede considerar un desorden teórico y, al mismo tiempo, una señal que apunta hacia el horizonte de temas futuros. Para entender esto, debemos reafirmar un punto que se expresó anteriormente: desde el inicio, los estudios latinoamericanos de la comunicación alternativa se vieron marcados fundamentalmente por su búsqueda de teorías de la comunicación sobre y para la práctica democrática. Los teóricos latinoamericanos vienen luchando desde hace más de dos décadas con conceptos que recién ahora están comenzando a penetrar las agendas de comunicación mundiales y que,

Las distorsiones de la participación

1994

Extracto de *Comunicación participativa como parte de la construcción de una sociedad participativa*

Juan Díaz Bordenave

Tanto la participación como la comunicación participativa no están libres de distorsiones, que en algunos casos neutralizan sus aportes a la construcción de una sociedad participativa. Una distorsión frecuente es la participación manipulada. En el Tercer Mundo es común que se extiendan invitaciones a las personas a que participen en proyectos del gobierno. ¿Esto se da porque los gobiernos finalmente han aceptado la idea de que la participación es un derecho humano básico? ¿O es una ceremonia con poco o ningún significado, que solamente busca apaciguar o reconocer la retórica de la participación? [...]

También hay otra distorsión peligrosa entre las personas que aceptan la participación y les gusta tanto que piensan que todo se debe consultar con todos antes de tomar cualquier decisión. A esta enfermedad la podemos llamar *participacionitis*. La participación se convierte en la constante celebración de asambleas y reuniones. El resultado es la ineficacia general e incluso la anarquía. Algunas personas se cansan de perder el tiempo en reuniones y discusiones sin fin y terminan por buscar a un líder autoritario y eficaz.

Ahora bien, si la participación se puede exagerar y distorsionar, también puede verse trivializada. Esto ocurre cuando se le llama participación a todo, desde pedir que una estación de radio ponga cierta pieza musical a hacer una donación a una campaña contra el SIDA. Para evitar la banalización debemos reservar la palabra participación para los esfuerzos conjuntos de las personas por lograr un objetivo común importante y previamente definido por el grupo.

Díaz Bordenave, Juan (1994). Extracto de "Participative Communication as a Part of Building the Participative Society" en White, S.; Sadanandan Nair, K. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication Working for Change and Development*. New Delhi, Sage Publications. Reproducción autorizada por la editorial.

bajo una variedad de nombres, se refieren a voces diversas, pluralidades, esferas públicas, medios democráticos, etc.

En un sentido, se puede alegar que el desorden actual en el trabajo latinoamericano sobre la comunicación alternativa es una prueba de fracaso. Pero, al mismo tiempo, es característico del desorden mundial en el campo de la comunicación (Dervin 1993). No obstante, la importancia de los estudios latinoamericanos radica en que, debido a su fortaleza y larga historia, incorporan lecciones para la agenda mundial. Esto se torna evidente sólo si uno vuelve a examinar la literatura, poniendo entre paréntesis su narración principal —la construcción y el desmoronamiento de los dualismos— y relevando más bien su narración secundaria: la búsqueda de teorías sobre y para la práctica. Esta búsqueda sugiere asimismo una relación compleja entre las dos narraciones, un indicio de que ni la búsqueda de dualismos ni el desmoronamiento de los dualismos ofrecen el lugar más sólido para un avance teórico.

Cuando uno se concentra en la búsqueda de teorías sobre y para la práctica en la literatura latinoamericana, se encuentra con la contradicción que impregna la mayor parte de la investigación sobre la comunicación (Dervin 1993). Por un lado, gran parte del trabajo, tal como se ha descrito antes, rodea la práctica de la comunicación sin realmente apuntar directamente hacia ella. Se presta mucha atención a los *quiénes* y a los *qué* de la comunicación, pero poca a los *cómo*. Se la conceptúa como mensajes, materia prima por redistribuirse, como en el diálogo; se la ve como una herramienta para desarrollar redes sociales y movimientos populares, como en la praxis y en proyectos transfronterizos; y, también como un artefacto en el nexo entre lo tradicional, lo moderno y lo posmoderno, como en la cultura popular. A veces los resultados apuntan hacia espacios para la práctica alternativa, pero no han surgido teorías al respecto propiamente dichas. Lo que ha surgido, que sí se centra explícitamente en la práctica, son trabajos usualmente subordinados a emprendimientos más teóricos, un conjunto enormemente rico de descripciones de una amplia variedad de prácticas alternativas (Afonso 1983; Collyer 1986; Kaplún 1986; López Vigil 1984; Lozada y Kúncar 1983, 1986; Pareja Herrera 1987; Reyes Matta 1986a y 1986b; Schulein y Robina 1983; Unidad 1986; Valdeavellano 1989a y 1989b). No obstante, una gran dificultad que presentan estas descripciones es que como no están encuadradas en un marco teórico, resulta imposible integrarlas conceptualmente.

Sin embargo, los teóricos latinoamericanos abren caminos conceptuales que podrían permitir esta integración cuando se reexamina el trabajo teórico que apunta explícitamente a un desplazamiento hacia la práctica teorizante, a menudo oculto en los debates dualistas más amplios. García Canclini y Martín Barbero, así como otros que trabajan en la tradición de la cultura popular, lo hacen cuando desplazan el foco de atención de las oposiciones implícitas en el legado de los dualismos hacia conceptos como "mediatización" y "transacción", en los que los consumidores de los medios se reconceptúan como luchando constantemente con muros de restricción y espacios de libertades, lo dominante y lo alternativo, las estructuras y sus propios mundos de vida. Fuenzalida y Hermosilla lo hacen cuando se extienden a la invención de prácticas que articulan los grupos sociales populares y los productores profesionales de los medios. En la tradición de la praxis, otro ejemplo se encuentra en el intento de comprender cómo se crean las restricciones estructurales y se cambian en la práctica (Gumucio y Cajías 1989, Portales 1983).

En estas reformulaciones iniciales, los dualismos se retienen y se desmoronan a la vez ya que el supuesto implícito plantea que tanto lo dominante cuanto lo alternativo se crean, mantienen y cambian en la comunicación. El enfoque se desplaza de los polos al centro; de los fines estáticos al proceso; de los *quiénes* y los *qué* a los *cómo*; de proceso global a proceso conceptualizado, como pasos iterativos. Es evidente que el trabajo latinoamericano recién ha

comenzado a abrir estas posibilidades conceptuales, lo que se demuestra claramente en el llamado de Matta (1986b) a realizar un intento sistemático de teorizar la práctica de la comunicación mediante un examen de «[...] a través de qué metodología se puede efectuar un proceso de comunicación autorrenovable [...]».

Más que ningún otro conjunto de trabajos en el mundo en el campo de la comunicación, los estudios latinoamericanos respecto de la comunicación alternativa han luchado hasta llegar a contradicciones y puntos muertos, que recién ahora empiezan a caracterizar al campo de la comunicación en general. Se han enfrentado a temas de estructura frente a agencia, pluralismo frente a orden, dominante frente a alternativo, y han comenzado a trazar observaciones y lógicas, sugiriendo que no es sólo el legado de la teoría dualista lo que impide el progreso teórico. Más bien, lo hace el legado de teorizar estáticamente a la comunicación. Cuando la comunicación es reconceptuada como un proceso compuesto de muchos procedimientos comunicacionales implementados a veces rutinariamente, a veces creativamente, a veces prudentemente, a veces ciegamente por muchos actores participantes en constante mediación, entonces las restricciones y las libertades, lo dominante y lo alternativo, se concilian. En cierto sentido, los dualismos permanecen, tanto en presencia cuanto en ausencia potencial, pero radicalmente reconceptuados.

Radios comunitarias

1994

Extracto de *Comunicación participativa como parte de la construcción de una sociedad participativa*

Juan Díaz Bordenave

La comunicación participativa se puede definir como un tipo de comunicación en la que todos los interlocutores son libres y tienen acceso equitativo a los medios para expresar sus puntos de vista, sentimientos y experiencias. La acción colectiva que busca promover sus intereses, resolver sus problemas y transformar su sociedad es el fin de estos medios. La radio participativa se mostró heroicamente eficaz en el caso de las Radios Mineras bolivianas. Para los mineros de estaño de Bolivia, la participación era una cuestión de vida o muerte y su radio fue el alma de la participación comunitaria en tiempos de paz y de resistencia, al ser atacados por el ejército. La experiencia de las radios comunitarias costarricenses también lo fue.

Díaz Bordenave, Juan (1994). Extracto de "Participative Communication as a Part of Building the Participative Society" en White, S.; Sadanandan Nair, K. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication Working for Change and Development.* New Delhi, Sage Publications. Reproducción autorizada por la editorial.

Bibliografía citada

Afonso, C. (1983). "Una experiencia de comunicación alternativa con micro-computación en Brasil" en Reyes Matta, F. (ed.) *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas.* México D. F., Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) y Fundación Friedrich Ebert.

Collyer, P. (1986). "Innovaciones y espacios: ¿Quién pone la agenda?" en Reyes Matta, F. (ed.) *Crítica y autocrítica en el periodismo joven.* Santiago, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).

Dervin, B. (1993). "Verbing Communication: Mandate for Disciplinary Invention" en *Journal of Communication*, 43, Summer.

Fuenzalida, V. y Hermosilla, M. F. con Edwards, P. (1989). *Visiones y ambiciones del televidente: Estudios de recepción televisiva.* Santiago, Chile, CENECA.

Gumucio Dagron, A. y Cajías, L. (eds.) (1989). *Las radios mineras de Bolivia.* La Paz, CIMCA-UNESCO.

Kaplún, M. (1986). "Uruguay, participación: praxis, propuesta, problema, la experiencia del casete-foro" en Simpson Grinberg, M. (ed.) *Comunicación alternativa y cambio social.* Tlahuapan, Puebla, México, Premiá Editora de Libros.

López Vigil, J. I. (1984). *Una mina de coraje.* Quito, Ecuador, ALER/ Pío XII.

Lozada, F. y Kúncar, G. (1983). "Las emisoras mineras de Bolivia: una histórica experiencia de comunicación autogestionaria" en Reyes Matta, F. (ed.) *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas.* México D. F., Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) y Fundación Friedrich Ebert.

Lozada, F. y Kúncar, G. (1986). "Las radios mineras, las voces del coraje" en Simpson Grinberg, M. (ed.) *Comunicación alternativa y cambio social.* Tlahuapan, Puebla, México, Premiá Editora de Libros.

Pareja Herrera, T. (1987). "Community Radio for the Pueblos" en *InterMedia.*

Portales, C. D. (1983). "El movimiento popular y las comunicaciones: A partir de la experiencia chilena". En F. Reyes Matta, (ed.) *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas.* México D. F.: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales y Fundación Friedrich Ebert.

Reyes Matta, F. (1986b). "Análisis de las formas" en Simpson Grinberg, M. (ed.) *Comunicación alternativa y cambio social.* Tlahuapan, Puebla, México, Premiá Editora de Libros.

Schulein, S. y Robina, S. (1983). "Prensa alternativa y nuevas fuentes de información: la experiencia de ALTERCOM" en Reyes Matta, F. (ed.). *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas.* México D. F., Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) y Fundación Friedrich Ebert.

Unidad de Comunicación Alternativa de la Mujer (ILET) (1986). "República Dominicana: Un programa para mujeres campesinas: la experiencia del 'Club Mencia' en Radio Enriquillo" en Simpson Grinberg, M. (ed.) *Comunicación alternativa y cambio social.* Tlahuapan, Puebla, México, Premiá Editora de Libros.

Valdeavellano, P. (1989). "América Latina está construyendo su propia imagen" en Valdeavellano, P. (ed.) *El video en la educación popular.* Lima, Instituto para América Latina.

Huesca, R. y Dervin, B. (1994). "Toward Communication Theories of and for Practice: The Past/Future of Latin American Alternative Communication Research" en *Journal of Communication*, Vol. 44, Nº 4, Autumn. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Estrategias de radio para el desarrollo comunitario: un análisis crítico

Andrew A. Moemeka

Damos por sentado que el lector ya es consciente de que el concepto "comunidad" se puede definir "correctamente" de diversas maneras. Básicamente, se refiere a agrupaciones de personas, pero esas agrupaciones son de muchos tipos y se pueden categorizar por intereses en común: los jesuitas, los cuáqueros, los teóricos críticos; por una ascendencia en común: los irlandeses, los esquimales, los afroamericanos; por la sociedad en conjunto; o, por límites políticos o sociales, un grupo de personas que viven en la misma localidad bajo un mismo gobierno. Aquí nos referimos a la "comunidad" definida en el último ejemplo, pero particularmente a las localidades desfavorecidas o privadas de desarrollo, sea en el mundo desarrollado o en el mundo en vías de desarrollo. La tesis es que esas comunidades necesitan educación para desarrollarse. La educación aquí se refiere a la creación de un entorno en el que la conciencia es plena, las aspiraciones se elevan racionalmente, y la voluntad de trabajar suficientemente como para "progresar" se convierte en la regla y no es la excepción (Moemeka 1981). Esta educación no es para rendir exámenes y obtener certificados, sino para la existencia y la certidumbre. Esta visión de la educación encuentra apoyo en la definición de educación comunitaria de Hickey y otros (1969):

> «Un proceso que atañe a todo lo que afecta el bienestar de todos los ciudadanos de una comunidad

dada (y extiende su papel) y que pasa del concepto tradicional de enseñar a los niños al de identificar las necesidades, problemas y deseos de la comunidad, para luego ayudar en el desarrollo de instalaciones, programas, personal y liderazgo con el fin de que toda la comunidad mejore».

Aunque este tipo de educación se puede llevar a cabo con buenos resultados en las comunidades mediante la comunicación personal, el ritmo del éxito y la expansión de las actividades es por lo general más rápido si se añaden los medios de comunicación de masas. Pese a que se sostiene por lo general que la comunicación interpersonal es más eficaz para inducir cambios de actitud y comportamiento, también es verdad que dos medios son mejor que uno para lograr los objetivos deseados (Rogers y otros 1977, Yu 1977). Esto es particularmente cierto en el caso de la combinación de la comunicación interpersonal con la de los medios masivos. Es una pena que la tendencia, especialmente en el mundo en vías de desarrollo, ha sido la de emplear una u otra. A continuación se presenta una explicación crítica de las diferentes maneras en que se ha utilizado la radio en la educación comunitaria para el desarrollo.

Desde la década de 1960, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) viene destacando la importancia de la radiodifusión en la educación comunitaria, especialmente en las zonas rurales o urbanas pobres de las sociedades en vías de desarrollo. La confianza de esa organización en la radio se basa en las características únicas de ese medio. Los aparatos de radio se pueden comprar a un precio bajo y, por lo tanto, es el medio masivo con el que están más familiarizadas las comunidades rurales y urbanas pobres; es versátil y cualquiera, analfabeto o no, puede aprender de ella. Después de una serie de estudios sobre el uso del medio en la educación comunitaria, UNESCO (1968) pudo decir:

> «En los últimos años se ha prestado mucha atención a los problemas de la educación para adultos en las zonas rurales, así como a los experimentos que han demostrado en varias ocasiones que la radiodifusión, cuando se usa hábilmente, puede ser el medio de comunicación y educación más eficaz en dichas zonas».

El papel de la radio en la transmisión de información y cultura es, en general, indiscutible. La impresión general es que el papel fundamental de la radio (y otros medios masivos) es reconocer el entorno, reunir historias sobre sucesos cotidianos, transformarlas en noticias e información, y transmitirlas de vuelta a la sociedad mediante la diseminación. Debajo de este papel está la idea de que la radio, al igual que otros medios de comunicación de masas, tiene el poder de controlar plenamente nuestro comportamiento. Por lo tanto, Sproule (1989) está convencido de que la teoría de la *aguja hipodérmica* sigue siendo en gran parte la base subyacente tras el uso de la comunicación a través de los medios masivos.

Aunque se da por supuesto el papel de la radio en la diseminación de noticias e información, su papel en el campo de la educación no es tan evidente. Parece paradójico hablar de radiodifusión educativa, porque la "educación" por su propia naturaleza implica un intercambio de ideas y diálogo o comunicación, mientras que la radiodifusión generalmente implica un monólogo, un *hablar a* en lugar de un *hablar con*. La radiodifusión se dirige a un público muy disperso y heterogéneo integrado por personas generalmente desconocidas (una parte insignificante del público puede ser a veces apenas conocida). Estas características de la radio, que son muy provechosas para la tarea de diseminar información, son un obstáculo para el papel de la radio en la educación o la comunicación. La implicación, por tanto, es que para hacer que el medio sea adecuado para la educación y la comunicación, es necesario crear las condiciones que permitirán que se convierta en un canal para el diálogo. Esto significa que deberá pasar de ser sólo un medio diseminador de información a un medio educativo para convertirse en un instrumento eficaz en la tarea de la educación comunitaria, que es el primer paso para asegurar el desarrollo de la comunidad.

Sin embargo, la eficacia de la radio depende no sólo de sus cualidades intrínsecas, sino también, y más importante aún, de cómo se usa y para qué fines. Todo uso de la radio como medio educativo se debe basar en los efectos previstos de la radio sobre los públicos oyentes, en el nivel de participación del público objetivo, en la estructura de la recepción posible y en la cantidad de aprendizaje y cambio social deseada o probable. El éxito de la radio como medio para la educación y la comunicación dependerá, por lo tanto, de una aclaración y comprensión adecuada de estas condiciones previas y los supuestos de las diversas estrategias de utilización de la radio, a fin de que sus usos apropiados concuerden con las necesidades de un país.

Las estrategias de radio

Éstas constituyen los planes concretos de acción —preparativos infraestructurales y operacionales— para el uso de la radiodifusión en la tarea de educar en el desarrollo a las comunidades. Estos planes generalmente se refieren a las actividades que se van a realizar, por quién, con qué recursos (humanos y físicos), en qué momento, en qué lugar, a qué ritmo, en qué orden y cómo. Son modelos para la acción que se espera que rindan el mayor beneficio posible para la comunidad y, por consiguiente, para la nación.

Se han identificado cinco estrategias de uso de la radio en la educación y el desarrollo rural (McAnany 1973). Una u otra de estas estrategias o una combinación de las mismas se han utilizado en distintas partes del mundo, especialmente en los países en vías de desarrollo. La presencia o ausencia de las condiciones previas mencionadas anteriormente han determinado en gran parte los niveles de éxito o fracaso de dichas estrategias.

La difusión en señal abierta

La difusión en señal abierta es la estrategia mediante la cual los mensajes se dirigen a un público no organizado. Se basa en el supuesto que un mensaje "bueno" y pertinente es capaz de ser aceptado por la persona por su cuenta. Según Gunter y Theroux (1977), la estrategia de señal abierta permite que más gente tenga acceso a la información y a la educación explícita. En esta estrategia se transmite, además de programas como charlas, programas fijos y música, una pequeña cantidad de programas educativos (generalmente en los idiomas locales) sobre salud, agricultura, vida familiar, salubridad y cuidado infantil, entre otros. Debido al carácter no organizado de los oyentes, siempre queda la duda de si están escuchando y, si lo están, si se están beneficiando de los programas.

En México (Arana 1971) y las Filipinas (Spain 1971) se halló que aunque las estaciones de radio transmitían información sobre alfabetización, responsabilidades cívicas, agricultura y salud, el público encuestado sabía muy poco sobre estos temas. Preferían escuchar noticias, radionovelas y música. En Nigeria (Moemeka 1972) uno de los hallazgos de una encuesta en la zona rural de Lagos realizada entre el público de los programas referentes a mejoras rurales fue que más del 70 por ciento de los oyentes eran mujeres y hombres jóvenes educados, criados lejos de sus tierras rurales natales, quienes consideraban que los programas eran "una buena educación a la inversa"; es decir, para aprender de los mayores lo que habrían aprendido cuando niños si se hubiesen criado en sus aldeas rurales. No formaban parte del público rural de Lagos al cual estaban dirigidos los programas. Asimismo, en Lagos (Moemeka 1988) una campaña de radio patrocinada por el gobierno federal sobre la prevención del SIDA obtuvo muy pocos resultados aparte de confirmar el conocimiento generalizado de que el SIDA era una enfermedad mortal. Muy pocos entrevistados comprendían que el SIDA es incurable y un número aún menor había tomado alguna medida preventiva.

La estrategia de radiodifusión en señal abierta es acosada por todos los problemas que afectan el uso de la radio en la educación de la población rural y la labor de desarrollo comunitario. En primer lugar,

no hay ninguna interacción entre los productores y los consumidores antes de planificar, producir y transmitir los programas. La producción generalmente se basa en la idea vaga de que la población aceptará que el contenido del programa decidido en el estudio de grabación es importante. En segundo lugar, estos programas son concebidos en el estudio habiendo consultado poco o nada con entidades especializadas, y con prácticamente ninguna coordinación entre ellas y los especialistas en comunicación. El resultado es siempre que estos programas por lo general se basan en conocimientos percibidos o supuestos, tanto del tema como de las condiciones socioculturales y ambientales de la audiencia. En tercer lugar, y quizá lo más importante, está el hecho de que no hay ninguna orientación por parte de los radioescuchas. Es en la estrategia de señal abierta donde el enfoque del "tiro a ciegas" en la programación se presenta de manera más pronunciada. Este método se olvida del público objetivo mientras se planifican los programas y lo recuerda justo antes de que las emisiones salgan al aire, para luego olvidarlo de nuevo tan pronto se han transmitido. Si se suma esta deficiencia a la ausencia de consulta y coordinación entre los radiodifusores y las entidades educativas y de desarrollo, y de interacción entre los productores y los consumidores de los programas, se hace difícil no llegar a la conclusión de que lo mejor que uno puede esperar de esta estrategia es el éxito por casualidad. Esto no es, evidentemente, una expectativa sobre la cual se debe fundar un verdadero programa de emancipación de la comunidad rural.

La radio educativa

La radio educativa es la segunda estrategia de uso de la radiodifusión para el cambio social y el desarrollo. La radio educativa se dirige a un grupo organizado de alumnos, con alguien capaz de supervisarlos y dirigirlos, y de inducirlos a responder. Esta estrategia se utilizó en Tanzania (Greenholm 1975, Dodds 1972) para enseñar habilidades prácticas, cooperación y responsabilidad cívica en comunidades rurales. En dicho país se la conoce como Grupo de Estudio por Radio. En Nigeria, como Radiodifusión Escolar. Esta estrategia exige mucho más que la mera transmisión. Demanda una estructura para organizar las prácticas de escuchar y aprender, materiales de apoyo, la presencia de monitores o maestros, y algún tipo de evaluación. Un aspecto muy importante de esta estrategia es que la infraestructura de recepción forma parte integral del proceso.

La radio educativa se basa en el principio de cooperación y de escucha guiada. Generalmente existe una cooperación entre la entidad de radiodifusión y los educadores. Por ejemplo, la mayoría de los programas educativos en Nigeria son elaborados por maestros rurales. Debido a la demanda de escucha guiada, esto asegura alguna audiencia cautiva y, si los programas son suficientemente atractivos y pertinentes para los públicos, se puede esperar una reacción favorable, tanto a nivel de actitud como de comportamiento. Cuando se registran las reacciones del público, como en el caso de los proyectos en Tanzania, dichas reacciones pueden servir de indicadores para guiar programaciones futuras.

Es dudoso que esta estrategia se pueda usar a gran escala, debido a los fuertes requerimientos de financiación, transporte y personal que supone. Tanzania ha logrado que esta estrategia funcione bastante bien porque, en primer lugar, es un país relativamente compacto y, en segundo lugar, y quizás más importante aún, el gobierno asigna una alta prioridad a la educación comunitaria rural. La experiencia de Nigeria en el uso de esta estrategia (para la educación formal) no ha sido alentadora. Por ejemplo, un estudio del uso de la estrategia en Lagos (Dare y otros 1973) reveló que una gran mayoría de los maestros (92 por ciento) no usan las transmisiones; 53 por ciento de los estudiantes no las escuchan y, entre quienes las escuchan, menos de 30 por ciento las calificó de "útiles". Si la situación es mala en las escuelas de Lagos, entonces no puede ser mejor en las escuelas rurales que tienen las desventajas adicionales de una escasez de aparatos de radio y la distorsión de las señales de radio a consecuencia de la distancia. Si el efecto de la estrategia resulta tan mínimo en la educación formal, es dudoso que sea mayor en situaciones de aprendizaje no formal. Puesto que la radio instructiva se ha utilizado principalmente (menos en Tanzania) para la educación formal, parece haber un entendimiento tácito de que no es muy apropiada para el tipo de educación "blanda", no formal, requerida para el desarrollo comunitario.

Radioforos rurales

El radioforo rural es la estrategia de uso de la radio como una instancia de discusión y toma de decisiones para grupos rurales. Se presentan regularmente programas de radio semanales, de 15 a 30 minutos, de naturaleza mixta para públicos rurales organizados en grupos de oyentes. Dichos programas generalmente contienen noticias, respuestas a preguntas de los oyentes, consejos sobre la familia, charlas, debates, etc. Los grupos escuchan, debaten guiados por un líder de grupo y toman decisiones sobre los puntos de discusión. La estrategia recupera ampliamente las reacciones del público, cuando las hay, para programas subsiguientes. Por ese motivo, los radiodifusores frecuentemente se ven tentados a trabajar por su cuenta sin la cooperación de otros agentes de cambio en las comunidades rurales. Sin embargo, el sentido de participación que esta estrategia genera en las comunidades rurales —debido a su exigencia— de que el grupo decida actuar es muy positivo para la labor de desarrollo.

La estrategia de los radioforos tiene una serie de ventajas. En primer lugar, el seguimiento de un mensaje de radio con discusiones y decisiones locales asegura un compromiso positivo con las decisiones tomadas y, por consiguiente, con el cambio social. «La combinación de un mensaje transmitido a muchos grupos por medio de un medio masivo como la radio, luego localizado mediante discusiones en grupos pequeños y guiado hacia una decisión grupal, es bastante coherente con las teorías actuales de la comunicación y el cambio social» (McAnany 1973). En segundo lugar, formar parte del grupo ayuda a los participantes a exponerse a información importante para las comunidades rurales, y esto los convierte en líderes de opinión cuyos puntos de vista tienden a ser respetados en la comunidad. Éste es un aspecto del efecto de radiación de la radio rural (Moemeka 1987); es decir, el efecto de la radio rural en los no participantes, que conduce a cambios en actitudes, comportamientos y prácticas. En tercer lugar, los foros sí envían de vuelta informes y mensajes, lo cual proporciona la retroalimentación vital a menudo ausente en las actividades con medios masivos. Por último, la estrategia de foros se basa en la convicción de que el desarrollo de las comunidades rurales debe ser fundamentalmente responsabilidad de la población rural misma y no algo que se deba dejar caer sobre ella desde arriba. Las discusiones y decisiones localizadas aseguran que se coloque a los pobladores en una posición en la que puedan ser el sujeto y el objeto de su propio desarrollo.

La estrategia de foros también tiene sus debilidades. Hay ciertos obstáculos que impiden un uso provechoso de esta estrategia. Primero, se necesita una red de supervisores para que los foros estén en contacto con los directores del proyecto y no tengan que depender totalmente de informes escritos para hacer preguntas y obtener ayuda.

Desgraciadamente, esta situación aconsejable no siempre tiene lugar; los supervisores y agentes de cambio —los factores más importantes en la adopción de innovaciones (Rogers y otros 1970)— siempre escasean. En segundo lugar, los centros de producción generalmente se encuentran lejos de la mayoría de los grupos comunitarios y, por lo tanto, no siempre pueden beneficiarse del contacto con los foros para obtener la retroalimentación que es un factor vital para mejorar el contenido de los programas.

Resumiendo sus observaciones del Radioforo Rural de la India, Schramm (1967) dijo:

> «Es posible que los foros hayan estado compuestos por la gente de las aldeas que menos los necesitaban (es decir, la elite local); los programas requerían más localización (descentralización de las actividades de programación); a menudo los pobladores carecían de los materiales adecuados para el seguimiento de las innovaciones; se necesitaba más participación de los funcionarios de desarrollo con experiencia de campo (red de supervisores para mantener el contacto personal)».

Estos eslabones faltantes han afectado enormemente el éxito de los radioforos. En otras palabras, esta estrategia tendrá éxito si todos los pobladores rurales, no sólo la elite local, participan; si las estaciones de radio están suficientemente cerca de las comunidades y los contenidos de los programas fueran pertinentes y completamente localizados; si se toman medidas adecuadas y oportunas tendientes a entregar los materiales para la implementación de proyectos nuevos y se hace un seguimiento de las innovaciones implementadas; y, si hay suficientes agentes de desarrollo para proporcionar inmediatez y dar ánimo a través del contacto personal.

Las escuelas radiales

Las escuelas radiales constituyen la estrategia más diseminada de uso de la radio para la educación comunitaria rural en América Latina. Tuvieron su origen en Sutatenza, Colombia, y ahora forman parte de la vida de la población rural de ese país. Las "escuelas" están compuestas de grupos pequeños organizados (principalmente de adultos analfabetos) de escucha y aprendizaje que se reúnen en casas o en iglesias bajo la dirección de un guía. El objeto principal de esta estrategia es ofrecer una educación básica integral que vaya más allá de sólo leer, escribir y habilidades cognitivas, y trata de cambiar la actitud pasiva y dependiente de los pobladores para profundizar su sentido de identidad y autoestima, y convertirlos en "hombres y mujeres nuevos".

Una organización muy asociada a esta estrategia es Acción Cultural Popular (ACPO), de Colombia, una organización privada que actualmente dispone del transmisor de radio más potente de ese país. ACPO también tiene estaciones en todo el país, incluso de un kilovatio en algunas zonas. Aunque la radio es el medio más importante que se utiliza, no es el único. El método empleado en las escuelas radiales es fundamentalmente multimedia, ya que emplea como mínimo la radio y folletos impresos casi en todo lugar, pero también añade frecuentemente periódicos, cuadros, folletos para lectura, filminas y métodos de enseñanza/aprendizaje. Las escuelas se basan en el principio de *homofilia*, es decir que los integrantes de cada grupo no sólo se conocen, sino que en gran medida tienen percepciones idénticas del mundo y de su entorno. En el terreno, la organización generalmente consta de un supervisor que trata de coordinar las actividades, distribuir los materiales y visitar a los grupos periódicamente para motivarlos.

Al igual que la estrategia de foros, las escuelas radiales tienen sus propias fortalezas y debilidades. Tal como demuestra el caso de ACPO, esta estrategia ha logrado mover a los pobladores rurales a la acción. Esto se debe precisamente a que su orientación e identidad se dirige a la población rural y sus problemas. Las escuelas fomentan un mayor conocimiento de las necesidades reales de las zonas rurales al incorporar a un número considerable de líderes rurales en la organización de las actividades, lo cual asegura un contacto real de los responsables de formular las políticas con la población rural y sus problemas, y permite una retroalimentación funcional de parte de las audiencias. En segundo lugar, las escuelas radiales son básicamente grupos de escucha-aprendizaje. Esto significa que las ventajas de escuchar en grupo y la presencia de monitores y supervisores locales también actúan en favor de esta estrategia. La solidaridad del grupo fomenta la perseverancia en la consecución de sus metas y las visitas de los supervisores crean un sentido de identidad. Un aspecto quizá particular de esta estrategia, tal como la lleva APCO, es el hecho de que las actividades son de carácter continuo, un factor que hace que la radio y las escuelas formen parte de la vida cotidiana de la población.

No obstante, existen ciertas debilidades. La labor de ACPO está dirigida casi exclusivamente a la alfabetización y la educación básica, pese al ideal declarado de la estrategia de brindar una "educación integral". Esto excluye casi completamente los aspectos de desarrollo político, social y físico de los problemas rurales. Debido a esta posición cautelosa de parte de las escuelas rurales frente a la movilización de la población hacia la acción comunitaria, simplemente porque es de carácter político, no hay una colaboración entre ellas y los programas de cambio rural más orientados al desarrollo. Se trata de una "acción en aislamiento", que no fomenta los esfuerzos concertados hacia un desarrollo total.

Animación radial

La animación radial, un método también conocido como "grupos radiales participantes", es una estrategia que propone fomentar en las comunidades locales un cuadro entrenado de líderes de decisión. Se usa para capacitar a los líderes, cuyo papel es promover, de una manera no prescriptiva, el diálogo entre los integrantes de la comunidad para definir sus problemas de desarrollo, colocándolos en un contexto social más amplio y buscando maneras de movilizarlos para emprender acciones tendientes a superar estos problemas. La estrategia enfatiza que la radio *defina* pero no *sugiera* soluciones a los problemas de los pobladores. Los programas constan de los puntos de vista grabados y algunos miembros del público oyente presentan las respuestas a un problema definido. Los grupos participantes luego escuchan estas respuestas y puntos de vista, y debaten más el problema, abriendo el camino para más respuestas del público y, posteriormente, para una toma de decisiones.

Los supuestos de esta estrategia se pueden plasmar en cinco enunciados:

- No hay soluciones a los problemas impuestas desde fuera a las comunidades locales; las comunidades locales deben definir sus problemas y encontrar las soluciones por su cuenta.
- El animador social debe estar identificado lo más estrechamente posible con la comunidad local.
- Él/ella debe usar un método no prescriptivo.
- El papel principal de la información en este método es ayudar a definir el problema, pero no dar soluciones.
- La participación comunitaria y la acción social son las metas y, por lo tanto, la retroalimentación por parte de la comunidad es fundamental.

La estrategia, que se elaboró a partir de la acción del gobierno francés para el desarrollo rural en sus anteriores territorios en África occidental, se ha usado en Senegal, Benin, Togo y Níger. Empezó en Níger en 1963. Allí, el objetivo principal de las transmisiones y discusiones radiales, al igual que en los demás países, era fomentar una conciencia en torno a los planes de desarrollo nacional en función de los problemas locales, y no proporcionar información sobre un problema definido por expertos foráneos. En Senegal, la estrategia se orientó a inculcar nuevos métodos agrícolas, diversificar la agricultura y mejorar la administración y gestión de las cooperativas. El proyecto senegalés, conocido como *Radio Éducative Rurale*, era un emprendimiento cooperativo entre el Ministerio de Información y Turismo, que está a cargo de la radiodifusión, y todos los demás ministerios que tienen alguna responsabilidad respecto de la población rural. En la iniciativa senegalesa, fue particularmente importante la retroalimentación como ingrediente esencial de las transmisiones. Las opiniones, acciones y expectativas de la población constituían el contenido de los programas.

Pese a sus fortalezas, la estrategia de animación también tiene sus debilidades. En primer lugar, poner toda la carga de tomar la iniciativa en la pobla-

ción local da por sentado que va a haber un control y un liderazgo locales. Sin embargo, esto no se ha dado fácilmente en los muchos lugares donde se ha utilizado la estrategia. Muchas comunidades tardan en organizarse, y muchas más no logran hacerlo en absoluto. Por ende, se presenta la tentación de organizarlas desde fuera para que se emprenda alguna acción positiva. En segundo lugar, la idea detrás del principio de participación local de esta estrategia es que los pobladores sientan que ellos son quienes se están desarrollando a sí mismos. Pero localizar la labor de desarrollo no significa controlarla. Existe el peligro de que se manipule a los pobladores para que sientan que están participando en el desarrollo de su comunidad, pero que sólo se les esté dando la oportunidad de criticar y quejarse como válvula de escape para prevenir el malestar social, en tanto ningún cambio real en las políticas ocurre como resultado de la participación local. El hecho de que esta estrategia no haya producido resultados trascendentes en los países africanos donde se ha utilizado confirma este temor.

Un problema final que enfrenta la estrategia de animación radial, al igual que otras, es el conflicto entre el mensaje masivo y las peculiaridades locales. Las localidades en zonas rurales no son completamente homogéneas; cada comunidad tiene problemas específicos que se pueden resolver mejor cuando se contextualizan sus entornos sociales, económicos y políticos. Por consiguiente, no es posible satisfacer a todas las localidades desde un punto central. Ése es el problema de pertinencia e idoneidad que los sistemas locales de radio pueden ayudar a reducir.

La estrategia apropiada

Las cinco estrategias presentadas se han intentado con algún éxito en distintas partes del mundo. En Nigeria se utilizan dos estrategias, la de señal abierta y la radio educativa. La primera se usa para información y educación rural, y la segunda para la educación formal. La sección de idiomas nigerianos de las organizaciones de radiodifusión del país emplea la estrategia de señal abierta para sus actividades de educación no formal. Pero no está dando buenos resultados porque es demasiado desorganizada para una educación masiva y bien definida de la población rural. Los programas se planifican y producen en las entidades de radiodifusión consultando poco o nada con otros organismos de desarrollo y sin investigar cuál es la mejor manera de llegar al meollo de los problemas de las comunidades rurales. No hay interacción alguna entre los pobladores y las entidades de radiodifusión, porque generalmente estas entidades de radiodifusión están demasiado alejadas de los pobladores y sus comunidades. En el lado de la recepción, no existe ninguna dirección sobre cómo usar provechosamente los programas transmitidos, ninguna estructura que brinde un ambiente conducente al debate y la toma de decisiones grupales. El espíritu comunitario de los pobladores rurales nigerianos no se incorpora, aunque se sabe en todo el país que la acción individual, especialmente cuando se trata de valores y comportamientos arraigados, es muy difícil de encontrar en las zonas rurales. El resultado es que pocos pobladores rurales escuchan estos programas y los que lo hacen no tienen ninguna intención de aceptar los contenidos de los mensajes.

La radio educativa, la otra estrategia utilizada en Nigeria, es demasiado formalizada y estructurada en cuanto al proceso de enseñanza y aprendizaje, y por ende no resulta muy útil para la educación comunitaria rural. El adulto rural no quiere ser un receptáculo de los conocimientos de "extraños" que no han otorgado ningún reconocimiento a su propio tipo de conocimiento. Se debe captar su confianza para que brinde su atención. Más aún, si la radio educativa en Nigeria no ha resultado eficaz en la educación formal, sería iluso pensar que podría serlo en el contexto persuasivo en el que la educación comunitaria rural se debe llevar a cabo.

Las otras tres estrategias —los radioforos rurales, las escuelas radiales y la animación radial— podrían aproximarse a lo que constituiría la estrategia ideal. Pero cada una, tal como se usa ahora, tiene alguna limitación innecesaria que se ha impuesto a sí misma. La estrategia de radioforos rurales se concentra casi por completo en la identificación de los problemas locales y en debates y decisiones sobre los mismos. Por consiguiente, tiende a atraer a quienes menos necesitan estímulo y conciencia del desarrollo: la elite local. Se sabe que los agentes de cambio se asocian principalmente con las elites locales, dejando de lado a aquellos para quienes es imperativo recibir la educación rural con fines de desarrollo personal y comunitario; es decir, los desinformados y los apáticos. Es verdad que los foros rurales pueden ayudar a la transformación rural, pero si no se logra que la población rural marginal desempeñe papeles activamente positivos, la transformación sólo beneficiará a los pocos que ya están en mejor situación que la mayoría.

La estrategia de escuelas radiales se centra principalmente en adultos rurales analfabetos, y casi todo el esfuerzo se dirige a la alfabetización y la educación básica, pese al objetivo declarado de brindar una educación integral fundamental. Hacer esto únicamente es enfrentar sólo un aspecto de los problemas del desarrollo rural. Aunque el analfabeto marginal es el más afectado por el subdesarrollo rural, otros en el entorno social rural también lo son. Además, la educación para crear un "nuevo ser humano" que no conduce a acciones de desarrollo físico es poco probable que dé lugar al cambio. Es notable que ACPO, el principal usuario de esta estrategia, se haya dado cuenta de este hecho y ahora tenga programas diseñados para estimular la acción hacia la autoayuda y la ayuda comunitaria.

La estrategia de animación radial pone un énfasis casi exclusivo en la iniciativa local para identificar los problemas y encontrar soluciones a ellos. Este método supuso que en la población rural habría una gran capacidad latente que sólo necesitaba de algunas cosquillas para entrar en acción. Pero esta capacidad y voluntad se encuentran únicamente en las comunidades con mucha autoconciencia. La mayoría de las demás requieren de motivación externa y reafirmación continua para que ocurra alguna mejora. El énfasis en el voluntarismo podría llevar a que muchas comunidades permanezcan como están si no se les brinda dirección. Esas comunidades necesitan algo más que sermones sobre la iniciativa local.

La estrategia ideal

La estrategia ideal, podríamos atrevernos a sugerir, sería una que combinara la participación (después de debates y decisiones grupales locales) del radioforo rural, la alfabetización y educación básica de las escuelas radiales, y la iniciativa local de los métodos de animación radial. Esto se debe a que el desarrollo y la educación comunitaria rural abarcan toda la gama de las áreas específicas abordadas aisladamente en cada una de estas estrategias. A la gente se le debe motivar para que identifique sus problemas, conducirla a deliberar sobre ellos y a tomar decisiones activas al respecto, y hay que enseñarle las técnicas de leer y escribir. Todo esto es necesario para crear al "nuevo ser humano", sin el cual el desarrollo comunitario sería imposible. Esta estrategia, que hemos llamado "estrategia de radio local" (Moemeka 1981), debe tener por objeto mejorar el destino de la población rural en su totalidad: alfabetizarla, ampliar sus horizontes, elevar sus aspiraciones de modo realista, señalar sus problemas, generar en ella la voluntad de encontrar soluciones a estos problemas e imbuirla de un sentido de dignidad y autoestima.

El tema de la alfabetización es de particular importancia. La radio por sí sola no puede ocuparse completamente de la tarea de transformar al hombre y la mujer rural en un recurso de desarrollo y a las comunidades rurales en componentes sustancialmente productivos de la nación. Para asegurar alguna medida de éxito, así como un efecto de largo plazo, tiene que haber algunos materiales escritos accesorios que refuercen lo transmitido por la radio y que puedan ser consultados periódicamente. Para usar este tipo de materiales de estudio de seguimiento se necesita-

La evaluación participativa

Extracto de *La comunicación y el desarrollo participativo*

María Celeste Habito-Cadiz

La evaluación participativa implica que los beneficiarios establezcan los indicadores, las formas y los métodos de evaluación de un proyecto de desarrollo. La gente debe ser la que se evalúe a sí misma y convertir ese ejercicio en un proceso de crecimiento, un mecanismo de autofortalecimiento y automejora en un grupo donde el proceso es más importante que el producto. El papel del agente externo es el de ampliar la perspectiva de las personas, fomentar el comportamiento colectivo y ayudar a los pobladores a formular y articular sus ideas más sistemática y objetivamente (Uphoff 1988, Guiza 1987, Ferrer y Pagaduan 1981). Uphoff resaltó lo que los participantes podían aprender y concluir a partir de la evaluación participativa para hacer que su organización sea más eficaz, más allá de los puntajes numéricos. Ferrer y Pagaduan puntualizaron que la evaluación participativa no tiene tanto que ver con producir respuestas o con que el investigador llegue a una mayor comprensión de la sociedad objeto de estudio, sino más bien con provocar que la gente haga más preguntas y llegue a una comprensión mejor de sus propias condiciones socioeconómicas, para que alcance un mayor nivel colectivo de conciencia y libere las energías de la comunidad a fin de emprender acciones masivas y organizadas de desarrollo.

Uphoff subrayó asimismo que tal autoevaluación conduce a: (1) informar a todos sobre los objetivos de la organización popular, lo cual también permite que el grupo reexamine y llegue a un consenso en torno a ellos; (2) sacar las deficiencias de la organización a la luz, lo que requiere que todos hablen libremente sin inhibiciones o restricciones; (3) facilitar la comunicación al interior del grupo, lo cual posibilita el intercambio de ideas, que es fundamental para fortalecer la solidaridad grupal; (4) establecer prioridades de mejoras; (5) ayudar al grupo a identificar sus necesidades de capacitación; y, (6) hacer posible que los proponentes o patrocinadores del programa realicen su propio monitoreo y evaluación y los comparen con los del grupo.

Guiza enumeró las cinco áreas principales que se deben evaluar, a saber: (1) el cambio en las condiciones materiales, tales como la propiedad de los medios de producción, el acceso a recursos, el acceso al crédito, los términos de las relaciones con el mercado, vestido y vivienda, y emprendimientos económicos alternativos; (2) la fuerza de la organización popular: el número y la composición de sus afiliados, sus ingresos, su asistencia a las reuniones, los valores promovidos y su coherencia con sus principios declarados; (3) el ejercicio de una toma democrática de decisiones; (4) el crecimiento personal de los afiliados: la confianza en sí mismos o el ejercicio de sus responsabilidades; y, (5) el impacto del proyecto en el conjunto de la sociedad.

En cuanto a los métodos de evaluación, Guiza incluyó las discusiones en grupos pequeños, las encuestas y cuestionarios, los debates con grupos focales y los sociodramas para motivar reacciones espontáneas.

Ferrer y Pagaduan enumeraron los siguientes beneficios de sus experiencias con un sistema de evaluación comunitario:

1. La evaluación grupal facilitó el intercambio entre los participantes y les permitió informarse sobre el programa.
2. Los datos reunidos fueron más precisos que si se hubiera tomado una muestra al azar, porque se logró un consenso y se evitaron las respuestas exageradas.
3. Se estimuló a la gente a que reflexionara sobre su situación y sus experiencias, a que las evaluara y extrajera conclusiones para usarlas como guía en futuras acciones encaminadas hacia el logro de sus metas.
4. El proceso tuvo un "efecto desmitificador" ya que logró desvanecer la idea de que la investigación era difícil y sobrepasaba las capacidades de la gente común y corriente.
5. El proceso formuló un método a través del cual el cambio se puede estudiar cualitativamente mediante el uso, por los participantes del taller, de las palabras "aumentar", "disminuir" y "lo mismo".

Entretanto, Uphoff advirtió cuatro problemas que surgen en el proceso de autoevaluación:

1. Puede que no todos los grupos que emprenden el proceso generen datos comparables, porque los criterios utilizados podrían variar según lo que cada grupo considere importante.
2. El procedimiento plantea la pregunta de si el programa mismo debería o no sugerir criterios que el grupo podría estar pasando por alto; por ejemplo, la participación de las mujeres en la organización.
3. Traducir el cuestionario al idioma vernáculo puede ser difícil.
4. El proceso carece de objetividad y distanciamiento, aunque esto no es tan importante como el impacto que puede tener en la organización.

Bibliografía citada

Ferrer, Elmer M. y Pagaduan, Maureen C. (1981). "Working as Equals? Towards a Community Based Evaluation System". Tesis de maestría sin publicar. Diliman, Quezon City, Universidad de las Filipinas, Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Comunitario.

Uphoff, Norman (1988). "Participatory Evaluation of Farmer Organizations' Capacity for Development Tasks" en *Agricultural Administration and Extension*, Vol. 30, Nº 1.

Habito-Cadiz, María Celeste (1994). "Participation as Communication" en Cadiz, M. C. *Communication and Participatory Development.* Los Baños, Laguna, Philippines, University of the Philippines, College of Agriculture Publications Program. Reproducción autorizada por la Universidad de las Filipinas.

ría emplear a intérpretes, a menos que los pobladores hayan aprendido a leer y escribir lo suficiente como para comprender la comunicación escrita. Sin embargo, la alfabetización no debe ser el prerrequisito para la educación y el desarrollo de las comunidades rurales. Debe, más bien, ser el resultado de una mayor conciencia y de la sed de más conocimientos que suscitan las campañas educativas rurales eficaces.

Esta estrategia ideal, la estrategia de radio local, combina las cualidades de las estrategias de radioforos rurales, escuelas radiales y animación radial. Utiliza sus ventajas inherentes y operativas, y refuerza su posición al eliminar sus deficiencias. Dos de las deficiencias más conspicuas son la distancia espacial entre los centros de producción y las audiencias rurales, y la naturaleza general de los contenidos de los programas, que abordan sólo marginalmente los temas de mayor interés en muchas zonas. Por lo tanto, para que esta nueva estrategia tenga alguna probabilidad de éxito, es muy necesaria la proximidad de las estaciones de radio a los públicos rurales y la localización de los materiales de la programación. Esto implica, de hecho, que la nueva estrategia se base en un sistema de radiodifusión local, lo que supone descentralizar la estructura de radiodifusión y delegar a la estación local los poderes vinculados a la programación y a los materiales de contenido, trabajando en estrecha cooperación con la comunidad rural.

Waniewicz (1972) sugirió cuatro modelos distintos de coordinación y cooperación en el uso de la radio para la educación y el desarrollo. Los cuatro resaltan la necesidad de investigación (entrar al contexto sociocultural de la población), un consejo asesor de amplia base, y un departamento de servicios de utilización, además de un departamento de creación de programas. Moemeka (1981), usando elementos de estos modelos, propuso una estructura de estrategia de radio local para el desarrollo comunitario que requiere, entre otras cosas, consejos asesores para las radios locales con representantes de los departamentos gubernamentales y los organismos de voluntarios que han asumido responsabilidades

ante la comunidad, así como representantes de la comunidad y de la organización de radiodifusión. El propósito del consejo es guiar a la estación en su trabajo y asegurar que el contenido de los programas y los contextos en que se presentan sean pertinentes a las necesidades y expectativas de la comunidad.

Tal como han demostrado los estudios (Katz, Blumler y Gurevitch 1974), que el contenido transmitido por los medios masivos corresponda a las necesidades y aspiraciones de los oyentes es un factor determinante para la eficacia de los mensajes mediáticos. Para lograr esta pertinencia, el personal del medio no sólo tiene que entrar en los contextos socioculturales de la población, sino que también la infraestructura del medio debe estar lo suficientemente cerca como para permitir que los pobladores participen activamente en las actividades del medio (Moemeka 1981). Otro factor importante para lograr la pertinencia del contenido es trabajar con otros organismos dedicados a mejorar las condiciones de vida de la población. La educación y el desarrollo de las comunidades implican la labor de muchas entidades; por ejemplo, las de salud, bienestar social, educación, gobierno local y diversas organizaciones voluntarias. Un método coordinado y pertinente de educar para el desarrollo a la comunidad requiere una colaboración concreta entre todas estas entidades y entre ellas y las entidades de radiodifusión.

A fin de que esta colaboración sea trascendente para las comunidades rurales, su cooperación es necesaria para que la población forme parte del proceso. La estrategia de radio local parece ser la más apropiada para lograr estas metas. Como señala correctamente Schramm (1964), los medios locales son de suma importancia en el desarrollo social y económico, no sólo porque están en una mejor posición para conocer y atender las necesidades locales particulares, sino también porque facilitan que un mayor número de personas tengan acceso a los medios y, por ende, participen en los asuntos públicos (comunitarios). Mientras mayor sea el número de participantes activos, mayor será la base para las decisiones comunitarias y mayores las probabilidades de compromiso individual con las decisiones colectivas de la comunidad. Es este compromiso individual con los objetivos de la comunidad el que da expresión a las metas de educación comunitaria resumidas por Faure y otros (1972): «La plena realización del hombre en toda la riqueza de su personalidad, la variedad de sus formas de expresión y sus diversos compromisos como persona, como miembro de una familia y de una comunidad, ciudadano y productor, inventor de técnicas y soñador creativo».

Bibliografía citada

Arana, F. (1971). "Informe sobre la influencia que la radio ejerce en una comunidad indígena". Mimeografía. Xoxcotle, Morelos, México, seminario de la Fundación Friedrich Ebert sobre la radio rural.

Dare, O. y otros (1973). "Consumption of Schools Broadcast in Secondary Schools in Lagos". Ensayo para proyecto de sesiones. Portugal, Universidad de Lagos, Departamento de Comunicación de Masas.

Dodds, T. (1972). "Multi-Media Approach to Rural Education: Case Studies" en *Broadsheet on Distance Learning*, 1. London, International Extension College.

Faure, E. y otros (1972). *Learning to Be: The World of Education Today and Tomorrow*. Paris, UNESCO.

Greenholm, L. (1975). *Radio Study Group Campaigns in the United Republic of Tanzania*. Paris, UNESCO.

Gunter, J. y Theroux, J. (1977). "Open Broadcast Education Radio: Three Paradigms" en Rogers y otros (eds.) *Radio for Education and Development: Case Studies*, Vol. I. Washington, D. C., World Bank.

Hickey, H. y otros (1975). *The Role of the School in Community Education*. Midland, Michigan.

Katz, E.; Blumer, J. y Gurevitch, M. (1974). "Uses of Mass Communication by the Individual" en Davidson, W. P. y Yu, F. (eds.) *Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions*. New York, Praeger.

McAnany, E. (1973). *Radio's Role in Development: Five Strategies of Use*. Washington, D. C., Information Center for Instructional Technology.

Moemeka, A. A. (1972). "Nigerian Broadcasting Corporation's Igbo Languages Program: Audience, Preferences, Involvement and Benefits in Lagos". Tesis de licenciatura. Portugal, Universidad de Lagos.

Moemeka, A. A. (1981). *Local Radio: Community Education for Development*. Ahmadu Bello University Press.

Moemeka, A. A. (1987). "Rural Radio Broadcasting and Community Health Practices: A Case Study of Radio O-Y-O in Nigeria". Tesis doctoral. Albany, State University of New York.

Moemeka, A. A. (1988). "The AIDS Epidemic: The Impact of Mass Communicated Prevention Messages". Ponencia presentada en el Seminario sobre Prevención del SIDA del Ministerio Federal de Información. Lagos, Portugal, Instituto de Asuntos Internacionales.

Rogers, E. M. y otros (1977). "Radio Forums: A Strategy for Rural Development" en *Radio for Education and Development: Case Studies*, Vol. II. Working Paper. Washington, D. C., World Bank.

Schramm, W. (1967). "Ten Years of the Radio Forum in India" en *New Education Media in Action: Case Studies for Planners*, Vol. 1. Paris, UNESCO.

Schramm, W. (1964). *Mass Media in National Development: The Role of Information in Developing Countries*. Stanford, California, Stanford University Press.

Spain, P. (1971). "Survey of Radio Listenership in the Davao Province of Mindanao, the Philippines. Informe sin publicar. Stanford, California, Stanford University.

Sproule, J. (1989). "Progressive Propaganda Critics and the Magic Bullet Myth" en *Critical Studies in Mass Communication*, 6.

UNESCO (1968). *Reports and Papers in Mass Communication*, Nº 51. Paris, UNESCO.

Waniewicz, I. (1972). *Broadcasting for Adult Education: A Guide-Book to Worldwide Experience*. Paris, UNESCO.

Yu, E. T. C. (1977). "Communication Planning and Policy for Development: Some Research Notes" en Lerner and Nelson (eds.) *Communication Research: A Half-Century Appraisal*. Honolulu, University Press of Hawaii.

Moemeka, A. A. (1994). "Radio Strategies for Community Development: A Critical Analysis" en Moemeka, A. A. (ed.) *Communicating for Development: A New Pan-Disciplinary Perspective*. New York, the State University of New York Press. Reproducción autorizada.

Lo alternativo

Extracto de *La pasión por el discurso. Cartas a estudiantes de comunicación*

Daniel Prieto Castillo

Si el autoritarismo penetra hasta las raíces de la trama de cualquier sociedad, lo alternativo en comunicación no se agotará de ninguna manera en la denuncia, en el ataque al poder.

Con un grupo de amigos [...] hicimos un ejercicio del cual aprendí algunas cosas para siempre. Tomamos cuatro obras de autores latinoamericanos que hablaban de una sociedad distinta, que proponían una ruptura del ordenamiento de entonces para acceder a relaciones más humanas.

Partimos de algunos principios de análisis: un discurso autoritario se caracteriza por el uso desmedido de los verbos de obligación (los que giran en torno del "deber ser"), por el intento de decirlo todo, de no dejar resquicios para la duda y la interpretación del destinatario, por el maniqueísmo, por la incapacidad de ver matices entre la luz y la sombra.

La lectura nos llevó a comprobar en tres de esas obras un uso obsesivo de tales elementos, se predicaba una sociedad distinta, más libre, a través de un discurso autoritario. Algo así como decirle a alguien: "te ordeno ser libre".

Comprendimos que en comunicación, además del tema, lo alternativo pasa por el tipo de discurso utilizado. No es solo alternativo aquello que dices sino también, y fundamentalmente, cómo lo dices. La práctica discursiva es tan alternativa como la denuncia.

Aprendí entonces a cuidarme en mis escritos del uso de los verbos de obligación, tan comunes en el discurso de predicadores que aúllan desde los medios audiovisuales y no pocas veces desde la cátedra.

Aprendí con el tiempo que al hablar de alternativas a los productos comunicacionales, hablamos de alternativas al autoritarismo, al todo expresado (el texto está cargado de información, nada hay que agregarle), a la mediocridad, al dirigismo, a la parcialidad, a la incoherencia, a la flagrante descontextualización.

Después vinieron otros conceptos. Si hay una manera dominante de producir los mensajes, es posible reconocer experiencias distintas, caracterizadas por el trabajo grupal, por la ruptura de ciertos órdenes jerárquicos para decidir sobre el contenido y la forma de los materiales. Alternativas poco comunes en los medios de difusión colectiva, pero muy presentes en instituciones que hacen comunicación para el trabajo educativo, para la relación directa con las grandes mayorías de la población.

En las formas dominantes la tendencia es en general a la conformación de grupos de productores burocratizados. La estructura suele ser la de la redacción de un periódico o la de algún departamento ministerial encargado de elaborar información. Aun cuando las excepciones cuentan, el sistema se vuelve vertical con la presencia de censores. Los productores terminan por convertirse en emisores voceros, atados a controles y a una fuerte dependencia económica. Los emisores reales son los dueños de las empresas o los políticos de turno.

Una organización alternativa para la comunicación está compuesta en su totalidad por emisores reales, no vive procesos de censura y no establece relaciones económicas para controlar a nadie.

«Entra aquí en juego —hemos escrito con Francisco Gutiérrez en *La mediación pedagógica*— el concepto de corresponsabilidad. Cuando se asume un proceso alternativo no hay un iluminado y un grupo de servidores más o menos dispuesto a seguirlo».

Tampoco fue ningún descubrimiento el comprobar la obviedad de una distribución alternativa de mensajes en cualquier sociedad. Recordemos en primer lugar el papel que todavía cumple (y no dejará nunca de hacerlo) la comunicación oral.

Y recordemos los sistemas de intercambio, a través de grupos, de asociaciones, de organizaciones de todo tipo. No idealizo nada aquí, ni en ningún sitio, espero. Cuando la sociedad no tiene cabida en los medios de difusión colectiva, se las ingenia para abrirse algún espacio en ellos (te recomiendo los trabajos de Rosa María Alfaro sobre la radio en Perú, publicados en revistas como *Chasqui*, de CIESPAL, o *Diálogos*, de FELAFACS) o para generar sus propios sistemas de circulación de información y de intercambio de experiencias.

Por último, la utilización de mensajes. Quede claro, digo utilización y no consumo. Una terminología por demás perjudicial para comprender los alcances de la comunicación nos ha acostumbrado a nombrarlo todo a la manera de un mercado. Puedo aceptar que hay consumo de algunos (o muchos) productos comunicacionales, pero no que todo mensaje se consume como una hamburguesa.

La comunicación dominante no solo introduce una gama de elementos ideológicos, también constituye de algún modo a sus lectores, lo que supone un conjunto de rutinas de lectura contra las cuales van las propuestas alternativas.

Una comunicación diferente se orienta hacia una lectura, una apropiación distintas, a una capacidad de enfrentar el mensaje y de poder evaluarlo en su contenido y en su forma.

Como ven, lo alternativo no es tan sencillo como aparece a una primera interpretación. Desde la comunicación nos toca reconocer las fases de producción, del producto mismo, de distribución y de utilización. Una comunicación alternativa ideal abarcaría las cuatro.

Pero muy pocas veces se dan todas en un mismo proceso. Hay instituciones organizadas de un modo un tanto vertical que, aun así, llegan a producir mensajes alternativos; hay mensajes alternativos mal distribuidos, lecturas alternativas de mensajes dominantes y mensajes alternativos que son objeto de lecturas propias de hábitos de percepción dominantes.

No es función nuestra dictarle ningún modelo a la realidad. La medida de lo alternativo ha sido siempre la circunstancia. Si me meto a evaluar un proceso desde un marco de categorías "puras", corro el riesgo de convertirme en inspector de revoluciones, como decía un amigo hace algunos años. Lo que para un contexto universitario o para alguna experiencia de otro país aparece como una tímida reformita, en la coyuntura en que la misma se produce bien podemos estar ante un paso enorme.

¿Qué es la comunicación alternativa?

Retomo esa pregunta. No me gustan algunas definiciones, sobre todo cuando, por el tema tratado, pueden oler a prédica. Pero ahí va:

Es una manera diferente

- de hacer comunicación, tanto por los contenidos como por la forma del discurso, a fin de evitar por todos los medios el autoritarismo;
- de organizarse para producirla;
- de lograr espacios en los medios dominantes, o bien generar sistemas propios; y,
- de colaborar en una utilización distinta de los mensajes por parte de los destinatarios.

¡Cuidado! A nadie le digo "haz esto", "éste es tu camino". Intento solo reconocer los alcances de la comunicación alternativa. Las opciones son personales, cada quien con las suyas.

Prieto Castillo, Daniel (1994). *La Pasión por el discurso. Cartas a estudiantes de comunicación*. México D. F., Ediciones Coyoacán. Reproducción autorizada por el autor.

Palabras desde el corazón: la fuerza del testimonio oral

Extracto de *Escuchando para el cambio: testimonio oral y desarrollo*

Hugo Slim y Paul Thomson

Las palabras dichas desde el corazón tienen más vida que los garabatos escritos. Cuando hablamos, nuestras palabras queman.

(Watson 1999)

Hablar directamente siempre ha tenido un poder especial. El relato crudo de una vivencia tiene una autenticidad y un poder de persuasión que son difíciles de igualar, y la mayoría de nosotros preferiría oír a alguien narrar directamente que leer lo que otros han escrito. Incluso en la página impresa, algunos pasajes tienden a captar mejor nuestra atención: los testimonios en primera persona son simplemente más cautivadores que una interpretación o un comentario impersonal.

La palabra hablada atraviesa las barreras de riqueza, de clase y de raza. Es una prerrogativa tanto de la gente común y corriente como de quienes ocupan posiciones de poder y autoridad. No requiere de educación formal ni de saber leer y escribir, ni de dominio de un idioma nacional u oficial. Más importante aún, le da voz a las vivencias de aquellas personas cuyos puntos de vista a menudo se pasan por alto o se dejan de lado. La importancia de esto *no se puede* sobreestimar. Ignorar estas vo-

ces es ignorar un caudal imponente de evidencia e información.

En este texto exploramos las maneras de escuchar las voces y vivencias de la gente común y corriente con el fin de delinear una variedad de métodos mediante los cuales quienes se dedican al desarrollo —desde los encargados de formular políticas hasta el personal de proyectos— puedan adquirir una mayor comprensión de las preocupaciones y prioridades, la cultura y las experiencias de las personas con las que desean trabajar. Sobre todo, el testimonio oral puede dar a las comunidades un mayor poder para establecer su propia agenda de desarrollo.

Puesto que gran parte del libro de donde se toma este texto se concentra en los temas que surgen de la recopilación, interpretación y preservación del testimonio oral, es fundamental considerar cómo el personal de proyectos puede transmitir lo que oye y aplicar lo que aprende. Sin una comprensión a fondo de lo que implica este proceso, escuchar a la gente y grabar sus palabras puede convertirse fácilmente en un emprendimiento puramente archivable o voyerista, o en un ejercicio de extracción de conocimientos.

Escuchar para actuar

El papel del que escucha viene acompañado de ciertas obligaciones. Se requiere un intercambio recíproco, donde lo que se oye se devuelve y se transmite más allá. El testimonio de la gente debe ser tratado con respeto. Los orígenes y la propiedad de la palabra hablada siempre se deben honrar, ya sea mediante un reconocimiento de la autoría o una garantía de anonimato.

Al aplicar lo que se oye en asociación con quienes le han dado voz, la recopilación y comunicación del testimonio oral puede convertirse en un ejercicio cooperativo de acción social. Las implicaciones son interesantes y trascendentes. Ello puede conducir a una crítica de las políticas de desarrollo o a mejores estrategias para responder a las hambrunas y las crisis de refugiados. Puede dar lugar a un programa escolar de estudios o de capacitación más pertinente, a la evaluación y adaptación de las prácticas agrícolas tradicionales o a la organización de una campaña de derechos de propiedad de las tierras. Puede fomentar una respuesta más eficaz a las circunstancias particulares de las mujeres o el mejoramiento de la atención de salud de los niños o los ancianos. Sea cual fuere el resultado, lo importante es que el proceso de escuchar provoque el reconocimiento y la acción, y que quienes han dado de su tiempo para hablar sepan que sus palabras se han tomado en serio. Este concepto de testimonio oral "aplicado" es lo que da al proceso de escuchar una importancia especial para el desarrollo y lo diferencia de un estudio puramente académico.

Un desarrollo que rinde cuentas

En el corazón de este principio de testimonio oral aplicado existe un reto para el *establishment* del desarrollo. La inclusión del testimonio directo en el debate del desarrollo puede ayudar a que sea menos un monólogo y más un diálogo, en la medida en que el testimonio de la gente empieza a exigir respuestas y que sus voces obligan al *establishment* del desarrollo a responder más por sus acciones. En resumidas cuentas, no basta que el "experto" en desarrollo resuma e interprete los puntos de vista de los otros; se debe permitir que "los otros" hablen por sí mismos.

"Rendición de cuentas" y "transparencia" bien podrían ser las palabras pretenciosas del desarrollo en la próxima década. Hacer que las voces y las vivencias de la población pobre lleguen a influir en los temas de desarrollo será, no obstante, la prueba de fuego para constatar si esas palabras logran salir de la mera pretensión. Una amplia variedad de organismos de desarrollo, desde el Banco Mundial hasta las pequeñas organizaciones no gubernamentales (ONG), están haciendo esfuerzos por recabar los puntos de vista y opiniones de la gente en sus áreas de intervención. La retroalimentación obtenida sin lugar a dudas resalta las enormes dificultades y complejidades inherentes a la creación de patrones sostenibles de desarrollo. Pero si esas voces se ignoran, gran parte del desarrollo continuará, por omisión, apoyando o creando más desigualdades.

El concepto de "escuchar a la gente" no es en absoluto nuevo para el *establishment* del desarrollo. La participación y la consulta han sido el núcleo de gran parte de lo que se ha considerado progresista y eficaz en este campo hasta la fecha. De modo similar, el intento de ser oído no es algo nuevo para los denominados beneficiarios de la ayuda. A lo largo de las últimas tres décadas del desarrollo, han intentado muchas formas de elevar sus voces por encima del clamor del debate que rugía a su alrededor. No obstante, con demasiada frecuencia los planificadores y responsables de formular políticas sólo oyen lo que quieren oír, y adoptan métodos de escuchar que ignoran las perspectivas y testimonios demasiado desafiantes. Además, aunque los intentos de la gente por hablar y escuchar tengan éxito en el terreno, todavía queda por convencer a los donantes, gobiernos y responsables de formular políticas. Sin la voluntad política de tomar en cuenta los resultados de ese intercambio, las personas se sentirán mal recompensadas por haber dado a otros el beneficio de su tiempo y sus pensamientos.

Una voz en el debate del desarrollo

Decir lo que se piensa es un acto de poder, y el acto de escuchar exige respeto por el que habla. Pero escuchar es igualmente un arte basado en ciertos principios fundamentales que también están en el corazón de cualquier concepto de desarrollo justo y cooperativo. La entrevista no es sólo un mecanismo práctico para reunir información. Demanda habilidades humanas de paciencia, humildad, y la voluntad de aprender de los demás y respetar puntos de vista y valores que es posible que uno no comparta. Para quien escucha, las fuentes no son documentos o estadísticas muertas, sino seres vivientes con los que se debe poder trabajar.

Voces ocultas

Uno de los motivos por los que rara vez se escucha a las comunidades pobres es el sesgo documental —el de la palabra escrita— que existe en todas las etapas clave de la planificación, implementación y evaluación del desarrollo. A la gente no se le consulta lo suficiente porque los debates principales tienen lugar en documentos que ella no escribe, o en reuniones a la que no asiste. Reunir lo que dice y piensa en la forma de un testimonio oral, y luego comunicarlo, es una manera de corregir un sesgo que impregna todo el debate del desarrollo y dicta la mayoría de las iniciativas de desarrollo. Es una manera de dar volumen y poder a las voces de personas que se encuentran fuera del *establishment* del desarrollo y de asegurar que sean escuchadas.

Si ser pobre significa tener menos voz, entonces ser el más pobre de los pobres significa ser el más silencioso de todos. Incluso dentro de las filas de los desfavorecidos, se tiende a hablar "en nombre" de ciertas personas y grupos (si es que siquiera se les recuerda) y a menudo no se representan bien sus intereses. La voz colectiva de cualquier comunidad tiende a las generalizaciones, simplificaciones o verdades a medias y está dominada por las voces más fuertes. Al igual que el documento escrito, la perspectiva de la comunidad tenderá a concentrarse en las preocupaciones de los más acomodados, la elite política y los líderes sociales y religiosos.

Escuchar los testimonios personales sirve de contrapunto a las generalizaciones y ofrece referentes importantes con los cuales cotejar la versión colectiva. Da a los agentes de desarrollo acceso a puntos de vista y vivencias de los grupos más marginados, tales como los ancianos, las mujeres, las minorías

étnicas, los discapacitados y los niños. Acoger a estas voces ocultas permite una apreciación mucho más sutil de las divisiones y alianzas al interior de las sociedades.

A veces, las voces ocultas son las más importantes de todas. En muchas sociedades, suele suceder que los hombres asumen el papel dominante en la vida pública, mientras que las mujeres son las anclas de la economía casera y agrícola. Sin embargo, también hay el prejuicio generalizado que tiende a reducir lo que dicen las mujeres al ámbito del "chisme", mientras el mismo sesgo eleva lo que dicen los hombres a la condición de discusión seria y constructiva. De hecho, existen diferencias importantes en los modos de escuchar y hablar que afectan no sólo la manera en que se expresan los hombres y las mujeres, sino también las ocasiones y los lugares en que es socialmente aceptable que lo hagan. Los hombres pueden hacerse oír en lugares públicos, delante de la gente y en el centro del pueblo o la aldea. Las mujeres tienden a hablar entre ellas "entre bastidores", en lugares privados, en el hogar o en centros de trabajo comunitario. Para los hombres, hablar es a menudo una actividad legítima y valorada en sí misma, un distintivo de posición y responsabilidad social. Para las mujeres, hablar es una actividad que rara vez tienen tiempo de hacer por sí mismas, sino más bien una que llevan a cabo junto a otras personas, mientras trabajan, cocinan o cuidan de los niños.

Por lo tanto, en muchas comunidades la responsabilidad social de los hombres como comunicadores oficiales les permite dar un paso adelante y "hablar en nombre del equipo", como señala la sociolingüista estadounidense Deborah Tannen (1992). Esto a menudo los lleva a hablar en nombre de las mujeres de cosas sobre las que ellos, como hombres, pueden saber poco, tal como la crianza de los hijos, el cuidado de la salud, el papel de las mujeres en la agricultura y el comercio, la recolección de combustible y agua. Los hombres también hablan en nombre de las mujeres cuando es religiosa o culturalmente inaceptable que ellas hablen con hombres o extraños.

Este desequilibrio de género entre la expresión oral pública y privada significa que en la mayoría de las sociedades se oyen las voces de los hombres más que las de las mujeres, y hace que el papel de la recopilación de testimonios orales sea aún más importante como manera de remediar ese desequilibrio. El silencio relativo de las mujeres en muchas sociedades significa que escucharlas debería ser una prioridad. Habría que prestar especial atención a la expresión artística oral de las mujeres, que se manifiesta más poderosamente en las canciones de trabajo, las historias y los proverbios. Esta expresión artística es particularmente ilustrativa de la realidad de la vida de las mujeres, una realidad que las descripciones de los hombres nunca pueden verdaderamente describir, y más bien tienden a distorsionarla. En este contexto, y en todos los intentos de escuchar las voces ocultas de la sociedad, las palabras de la feminista estadounidense Dale Spender (1980) son pertinentes: «La realidad es construida y sostenida principalmente por quienes hablan [...] quienes controlan el discurso también son quienes pueden controlar la realidad».

A nivel de la comunidad, por tanto, el testimonio de las voces individuales revela las vivencias de los grupos ocultos y compensa el sesgo de quienes hablan por ellos o los ignoran. Tiene la capacidad de deshacer las generalizaciones y la información errónea sobre las comunidades, sus economías, necesidades, estructuras de poder, organización social y metas. Aunque esto podría complicar el diseño de los proyectos de ayuda y desarrollo, podría en última instancia volverlos más equitativos y eficaces.

Esferas ocultas

Así como el testimonio oral puede dejar oír la voz de los grupos ocultos, también permite describir las esferas ocultas de las vivencias, particularmente los aspectos de la vida privada y cultural que podrían omitirse en un análisis rutinario del desarrollo. Los factores económicos no existen en el vacío. Las relaciones sociales se ven reflejadas e influyen en las económicas y políticas, y una mejor comprensión de las primeras podría echar luces sobre las segundas. Las diversas formas del testimonio oral dan a las personas la oportunidad de hablar sobre sus vivencias respecto de las relaciones familiares y laborales, la amistad, el amor, la sexualidad, el parto, la crianza de los hijos, el entretenimiento, la cultura y la religión. Estos aspectos de la vida, que son el eje de la comprensión del mundo de cualquier persona, a menudo son obviados en los estudios de factibilidad de los proyectos, que tienden a adoptar una visión mecanicista de las comunidades, sus necesidades y soluciones posibles. Pero es más probable que las personas participen en algo en lo que creen y valoran, y estén más dispuestas a invertir su tiempo y sus recursos en lo que es factible en medio de sus obligaciones sociales actuales.

Conexiones ocultas

Lo que la gente dice sobre su propias vida y sus vivencias generalmente pinta una imagen mucho más completa que la que buscan la mayoría de planificadores del desarrollo y el personal de proyectos. Sobre todo, los testimonios personales conectan las diversas esferas de la vida, como la familia y el trabajo, o la salud y los ingresos, que los profesionales tienden a separar. La planificación de proyectos de ayuda y desarrollo a menudo se ve afectada por una especie de ceguera intersectorial, la miopía del especialista. Las diversas disciplinas técnicas o profesiones de los agentes de desarrollo con frecuencia les hacen abordar el desarrollo comunitario por sectores: salud, agricultura, economía, nutrición, derecho, psicología, etc. Los relatos de primera mano de las personas sobre su vida y vivencias tienden a fluir de un sector a otro y a resaltar las conexiones en lugar de las diferencias. Todos los aspectos de la vida están entrelazados, pero a menudo se requiere una comunicación directa, en lugar de un formato de encuesta, para recordarles este hecho a los especialistas.

Estos testimonios obligan a los agentes de desarrollo a pensar en múltiples sectores y a adoptar un enfoque multidisciplinario. Tal como atestiguan las vivencias personales, la ayuda alimentaria no es una solución tan evidente para el hambre como parecería ser. La supervivencia abarca mucho más que la ayuda material. Asimismo, las voces de las mujeres han sacado a la luz que la necesidad de un suministro de agua limpia no es sólo una cuestión de salud, sino también de tiempo y trabajo, distancia y poder. Los testimonios personales sobre la infección con VIH y el SIDA revelan que no es sólo un problema médico y que las consecuencias no se limitan a la enfermedad, la muerte y la congoja, sino que entrañan costos sociales y económicos mucho más amplios.

Cooperación, confianza y conciencia

El proceso de hablar y escuchar es potencialmente muy cooperativo y participativo. Si va bien, la gente se involucra, en el sentido más pleno, en la narración de su vivencia y el análisis de su situación. Más aún, la recopilación, interpretación y presentación de los testimonios orales puede convertirse en un emprendimiento auténticamente comunitario. Además del papel principal como narradores, las personas pueden participar como entrevistadoras, o como intérpretes de la información, o en la presentación y transmisión de sus propias palabras o las de otros a través de publicaciones, la radio, el teatro o exposiciones. La recolección de testimonios orales es un proceso en el que puede participar toda una comunidad.

Decir lo que uno piensa es una señal de confianza; ser escuchado aumenta esa confianza. En muchos proyectos en los que la gente se ha reunido para expresar sus ideas y vivencias, ha surgido un mayor sentido de comunidad y de conciencia social. Expresar algo verbalmente lo vuelve más concreto y, por tanto, más posible. También inicia un proceso de intercambio, y esta agrupación de experiencias puede a su vez generar o fortalecer un sentido de cohesión social.

El proceso puede ser no solo terapéutico, sino también motivador de la acción. Las personas que empiezan a hablar sobre sus vivencias personales o grupales pueden empezar a comprenderlas y a actuar a partir de ellas. Este sentido de que la palabra hablada marca el inicio de algo es fundamental para muchas culturas en las que dar nombre a las cosas es a menudo una forma de crearlas en el pensamiento mítico y religioso. Asimismo, a un nivel puramente individual y psicológico, hablar sobre una situación dada frecuentemente es el primer paso hacia enfrentarla.

Para un grupo de mujeres refugiadas guatemaltecas en México, narrarse unas a otras sus historias de vida y hablar sobre los problemas de su aislamiento fue el inicio de un programa más amplio de salud mental que terminó apoyando a una amplia red de familias refugiadas. En Egipto, un grupo de mujeres que debían acostumbrarse a su nueva vida en la Ciudad de los Muertos de El Cairo halló que sus sesiones regulares de narración de cuentos basados en sus historias personales desempeñó un papel crucial en el establecimiento de lazos prácticos de amistad y apoyo entre ellas y sus familias (Watson). Un estudio de caso de comunidades urbanas brasileñas ilustra cómo un proceso así puede movilizar a toda una comunidad en la lucha por sus derechos y por su reconocimiento.

Idiomas iguales

Una parte esencial de cualquier intento por escuchar es el compromiso de aceptar el idioma en el que habla la gente. Esto contribuye automáticamente a una relación más equitativa. Con demasiada frecuencia, los pobres e impotentes se ven aún más desfavorecidos al tener que adecuarse al idioma y los métodos de comunicación de quienes tienen más poder. El testimonio oral invierte esta tendencia. Idealmente, debe ocurrir en la lengua materna del hablante y los entrevistadores deben respetar las formas tradicionales de comunicación, en lugar de imponer sistemas "verticales", tales como los cuestionarios y las encuestas, o insistir en usar el idioma oficial. De esta manera, la recolección del testimonio oral traslada la carga de la traducción y la comprensión al oyente, y empieza a equilibrar el proceso de comunicación. Brinda a la gente la oportunidad de expresarse en sus propios términos, en su propio idioma, acerca de su historia, sus relatos, tradiciones, canciones, teatro y todo lo que integra el repertorio con el que las personas se comunican entre sí y con los demás.

Escuchar el testimonio oral de la gente implica aceptar este tipo de comunicación "horizontal" y, luego, encontrar maneras de preservarla, traducirla y comunicarla a un público más amplio y diferente. Este último proceso presenta riesgos y dificultades, pero por lo menos es más equitativo que cualquier método vertical.

Más aún, el proceso de escuchar invierte los papeles de experto y alumno, tan común entre los agentes de desarrollo y sus así llamados beneficiarios. Al recopilar testimonios orales, el entrevistador se sienta a los pies de las personas, que son evidentemente las expertas en sus propias vidas y experiencias. Esta inversión de papeles y el proceso de escuchar pueden generar un respeto mutuo mayor y una relación más equitativa y cooperativa. SOS Sahel, una organización de desarrollo que dirigió el Proyecto de Historia Oral Sahel de tres años de duración, halló que:

> «Uno de los beneficios de emplear métodos de historia oral en un contexto de desarrollo es el impacto en los trabajadores del proyecto, ya que casi todos ellos han adquirido nuevas y valiosas percepciones [...] [y han identificado el valor] de tomarse el tiempo de aprender, a través de entrevistas, lo más posible de las historias de vida y reflexiones individuales» (Cross y Baker 1991).

El desarrollo no es una ciencia exacta: hasta la fecha se ha visto acribillado de malentendidos, experimentos fallidos y teorías descartadas. Pero se reconoce cada vez más que uno de los aspectos más dañinos de la industria de la ayuda ha sido la tendencia de los donantes a imponer sus propias teorías de lo que constituye el desarrollo a los receptores de la ayuda. Nosotros nos hemos propuesto identificar algunas maneras útiles de hacer que las voces de la gente común y corriente "quemen" más vivamente para que sean sus prioridades y preocupaciones las que determinen el debate del desarrollo.

Bibliografía citada

Cross, N. y Baker, R. (eds.) (1991). *At the Desert's Edge: Oral Histories From the Sahel*. London, Panos Books.

Spender, D. (1980). *Man-Made Language*. London, Routledge and Kegan Paul.

Tannen, D. (1992). *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. London, Virago.

Watson, H. (1999). *Women in the City of the Dead*. London, C. Hurst and Co.

Slim, Hugo y Thomson, Paul (1994). "Words from the Heart: the Power of Oral Testimony" en *Listening for a Change: Oral Testimony and Development*. London, Panos. Reproducción autorizada por la editorial.

Variedades de evidencia oral

Extracto de *Escuchando para el cambio: testimonio oral y desarrollo*

Hugo Slim y Paul Thomson

Las personas tienen muchas maneras de expresar sus vivencias y transmitir interpretaciones de la vida: canciones y leyendas, cuentos y obras de teatro; relatos tradicionales de la historia de la comunidad o la familia pasados de generación en generación; simples historias personales de vida, remembranzas y memorias. Los testimonios orales se pueden recopilar individualmente o en grupos. Pueden centrarse por completo en el pasado, o atestiguar acontecimientos más recientes y articular planes futuros y aspiraciones.

En un sentido amplio, las distintas formas se pueden dividir en tres grupos: historia oral, tradición oral (que incluye la expresión artística oral) y las historias de vida. Para nuestros fines, estas categorías traslapadas y estrechamente relacionadas a menudo se subsumen en el término general "testimonio oral", pero vale la pena comprender los diferentes propósitos, énfasis y técnicas de cada forma de testimonio oral.

Historia oral

La definición más simple de la historia oral sería "la memoria viviente del pasado". Todos tienen una historia que contar sobre su propia vida que ofrece materia prima invalorable para la historia de este

siglo. Estas historias proporcionan un relato directo sobre momentos de cambio sin precedentes a través de los hombres y las mujeres que los vivieron. Si no se aprovechan, estas memorias vivientes se pierden para siempre. Desde la década de 1940, historiadores profesionales en el Norte las vienen registrando como archivos para el futuro y usándolas para complementar o contrapesar las fuentes más tradicionales u oficiales.

Si bien en el Norte la historia oral es, en este sentido, una de las formas más nuevas de trabajo histórico, también es la más antigua: tanto en el Norte como en el Sur, sus raíces se remontan a tiempos inmemoriales.

Las primeras grandes "historias" de la antigüedad en Europa, las de Homero, Heródoto, Tácito, se valieron tanto de la tradición oral (historias del pasado legadas de generación en generación) como de testigos directos, ya que antes de la generalización de la escritura, todo el conocimiento social, incluida la historia, tenía que transmitirse de memoria, de boca en boca.

En el Norte, el papel de la historia oral en la cultura popular y en el ejercicio profesional disminuyó con la propagación de la alfabetización. Quizás haya llegado a su punto más bajo a comienzos de este siglo, cuando imperaba la comunicación escrita o impresa. En la época victoriana en Gran Bretaña, pioneros como Henry Mayhew en su *London Labour and the London Poor* (1861-62) demostraron el poder extraordinario de citar directamente las voces de las mujeres y hombres pobres para transmitir el mensaje de una indagación social, pero estos casos siguieron siendo muy raros.

La reaparición de la historia oral en el Norte es resultado de dos cambios sociales fundamentales a partir de la década de 1940. El primero radica en la tecnología de la comunicación. Hace cien años, las noticias y la opinión pública se transmitían por medio de los diarios impresos y los pensamientos personales por carta: hasta un primer ministro podía llegar a escribir a mano dos docenas de cartas al día. Pero, para documentar el presente, los documentos escritos no bastan. En el Norte actualmente la televisión, la radio y la comunicación hablada y visual se han vuelto más poderosas que la palabra impresa. La gente llama por teléfono en lugar de escribir cartas, y una llamada telefónica no deja ningún registro para los archivos. Pocas personas llevan diarios regulares más allá de anotar sus citas. En su mayoría obtienen noticias y entretenimiento de la televisión, en lugar de leer periódicos y libros. Y aunque el éxito de la máquina de fax podría producir algún retorno de la escritura en lugar de hablar por teléfono, todo el peso de la comunicación ahora se inclina hacia lo oral y lo visual. Pero esto no significa que el historiador o el investigador social deban dejar de aprovechar las vivencias y memorias. Por el contrario, estas tecnologías nuevas han producido la grabadora de audio y la cámara de vídeo, que permiten que se capte la inmensa variedad de vivencias individuales con una espontaneidad, claridad y expresividad singulares.

El segundo cambio fundamental en el Norte fue la llegada de una cultura democrática: no sólo la extensión del derecho de voto a todos los hombres y mujeres adultos, sino también el advenimiento generalizado de gobiernos elegidos por el pueblo, la expansión de políticas de bienestar social y la influencia de los sindicatos. Los movimientos obreros empezaron a obtener por lo menos cierta participación en el poder. Y, puesto que las voces de los hombres y mujeres comunes y corrientes ahora contaban mucho más, el *establishment* empezó a tomarlas en serio. Para la década de 1950, los sociólogos del Norte ya estudiaban la cultura obrera concediéndole la importancia que merecía, en lugar de simplemente ver a los pobres como una aberración y una amenaza para la sociedad "civilizada". Asimismo, los historiadores reconocían cada vez más la naturaleza parcial de una disciplina que se concentraba en la elite y empezaron a investigar la historia de la clase trabajadora, la historia social, la historia familiar y, por último, con el movimiento femenino, la historia de las mujeres.

En muchos lugares del Sur, la presión de los movimientos independentistas, combinada con estos cambios de actitud en el Norte, dieron lugar a la fragmentación del imperialismo y, precisamente con ella, los historiadores desplazaron su foco de atención de la elite colonial a los pueblos de las naciones recién independizadas. Más aún, la independencia casi siempre se había visto precedida de una lucha de liberación, mal documentada en el momento, pero ahora evidentemente crucial. Los países que han vivido más recientemente este cambio radical de énfasis son los del sur de África. *Mothers of the Revolution* (Staunton 1990), por ejemplo, presenta la historia de la guerra de liberación de Zimbabwe "desde adentro", a través de los relatos personales de las mujeres que mantuvieron sus familias, hogares y aldeas funcionando durante los enfrentamientos.

La modernidad tecnológica y la inclusión democrática son, por lo tanto, características clave del movimiento de la historia oral. Ahora es posible capturar la palabra hablada para el futuro y transmitirla de un continente a otro a vastas audiencias. En esto, la historia oral tiene un poder mucho mayor que el árido relato histórico convencional o los informes estadísticos de encuestas de estudios sociales. Una cosa es leer un estudio académico sobre Stalin y otra muy distinta es ver y oír a los rusos hablar en televisión de sus recuerdos como prisioneros en los *Gulag* o como guardias en esos mismos campos.

La historia oral y el desarrollo

Si hacemos un seguimiento del crecimiento de la historia oral en el Norte, podemos ver más claramente su importancia para el desarrollo. Así como ayuda a presentar una imagen más fiel del pasado al documentar la vida y los sentimientos de todo tipo de personas que, de lo contrario, quedarían ocultas en la historia, también puede brindar una comprensión más cabal de los puntos de vista y vivencias de la amplia gama de personas excluidas con demasiada frecuencia del debate del desarrollo. Además, al dejar que la gente hablara sobre cualquier aspecto de su vida, el movimiento de la historia oral abrió nuevos y vitales campos de indagación, no sólo de las voces ocultas, sino también de esferas ocultas de las experiencias. La documentación escrita y los registros oficiales siempre revelaron más sobre las preocupaciones de la elite política que las de aquellos sin influencia política, sobre los terratenientes más que sobre los campesinos, sobre los hombres más que sobre las mujeres, sobre los educados más que sobre los analfabetos, y sobre la vida pública más que sobre la privada. La historia oral ofreció nuevas perspectivas en muchos temas. Permitió que se examinara el bienestar social, por ejemplo, desde la perspectiva de quienes lo reciben en lugar de la de quienes lo dan. Dio a las personas la oportunidad de hablar sobre experiencias personales, sociales y culturales. Reveló conexiones entre las diferentes esferas de actividad, tales como la vida social y laboral, y cómo, por ejemplo, las prácticas laborales pueden influir en los patrones de la vida familiar.

Algunas otras características notables de la historia oral son particularmente pertinentes para la labor de desarrollo. En el Norte, ha tenido un impacto especial como registro de la historia comunitaria. Esto se ha practicado de diversas maneras: testimonios de ancianos para su publicación en folletos locales, creación de archivos de grabaciones, producción de casetes para uso en escuelas, producción de programas de radio y montaje de exposiciones itinerantes.

La cualidad especial de la historia oral que ha animado esta diseminación de la historia comunitaria radica en que es fundamentalmente cooperativa. Exige una amplia gama de habilidades y se basa en tecnologías antiguas y nuevas que están a disposición de cualquiera, lo cual la hace particularmente apropiada para el trabajo grupal.

La historia oral también se ocupa de crear conexiones entre las generaciones mayores y las más jóvenes, tal como se ha visto con mayor claridad en proyectos escolares. El trabajo educativo más impresionante de este tipo en el Norte ha sido el proyecto Foxfire, que empezó en una escuela secundaria de una pequeña ciudad de la zona rural de Georgia en el sur de Estados Unidos. El núcleo del proyecto era que los niños entrevisten a personas de generaciones mayores para luego producir una revista basada principalmente en las entrevistas. El proyecto cautivó la imaginación de los niños y, a la vez, les enseñó habilidades para otros fines. Pero Foxfire también tuvo éxito como revista, y pronto se estaba vendiendo fuera de la comunidad: la publicación terminó convirtiéndose en un libro de gran venta y escuelas secundarias de todo el país han tratado de emularla.

De manera un poco más especializada, la historia oral se ha utilizado en la alfabetización, tanto de niños como de adultos. La clave del éxito de esta aplicación guarda mucha relación con la naturaleza esencial de la historia oral, ya que se ha descubierto que cuando la gente es escuchada, adquiere mayor confianza en el valor de sus vivencias y percepciones. Esto fue una sorpresa para los historiadores orales modernos, quienes sólo se habían propuesto reunir material histórico. Pero pronto descubrieron que la mayoría de las personas a las que grababan encontraban que contar su historia era una experiencia muy positiva. La confianza en uno mismo es un elemento clave en la alfabetización. Al empezar con la grabación de la historia de vida del propio estudiante y luego transferirla gradualmente a la escritura, el proceso de enseñanza puede reforzar, en lugar de minar, la autoestima. En Gran Bretaña, donde esta técnica se ha usado extensamente, hubo durante años una revista llamada *Write First Time*, en la que los flamantes alumnos podían publicar su trabajo, lo cual los alentaba aún más.

Una mayor autoestima también es la llave hacia otra rama del trabajo de historia oral. Ésta se centra en los ancianos, especialmente aquellos que llevan vidas aisladas, alejados de sus familias y la comunidad, un fenómeno cada vez más común en el Norte. Se conoce como "trabajo de reminiscencia" y fue iniciado por la historiadora oral británica Joanna Bornat para la ONG *Help the Aged*. Mediante el estímulo y desarrollo de las memorias y remembranzas de los ancianos, es posible devolver sentido y propósito a su vida y dar a quienes se habían sumido en el silencio algo para intercambiar y relacionarse con los demás.[1]

Dar confianza, fomentar la acción y cohesión comunitaria, cerrar la brecha entre generaciones, sentar bases para programas de alfabetización, revitalizar a los marginados por razones de edad u otra "desventaja": todas estas cualidades del trabajo de historia oral se pueden aplicar al ejercicio del desarrollo.

Tradición oral

Donde los niveles de alfabetización son bajos, la tradición oral sigue desempeñando un papel social crucial de transmisión de información, tanto sobre prácticas actuales como sobre costumbres pasadas. La novela *El hablador* de Mario Vargas Llosa (1991) es una evocación brillante de cómo, para un grupo disperso de indígenas selváticos peruanos en el Alto Amazonas, el escurridizo "hablador" (como lo llamaban los misioneros) viajante era el vínculo vital de una sociedad totalmente analfabeta al borde de la extinción. Siempre moviéndose, él transmitía información vital de todo tipo, desde las verdades religiosas más sagradas hasta meros chismes sociales sobre vecinos distantes.

En las sociedades letradas, la tradición oral a menudo sigue siendo importante: en África muchas comunidades tienen narradores especialistas en las tradiciones locales. Su repertorio puede incluir las genealogías de las principales familias, registros de las herencias de tierras y descripciones de acontecimientos importantes como batallas, invasiones, hambrunas y sequías. La tradición oral africana se ha dividido en cinco categorías: aprendizaje de fórmulas, rituales y lemas; listas de nombres de lugares y nombres de personas; poesía oficial y privada; relatos (históricos, didácticos, artísticos o personales); y, comentarios legales y otros (Vansina 1985).

Desde la década de 1950, ha evolucionado en África una importante corriente de trabajo histórico que se dedica principalmente a la grabación e interpretación de la tradición oral. Anteriormente, los administradores y misioneros locales habían registrado las tradiciones orales, ya que las encontraban interesantes y, a veces, de valor práctico para entender las creencias locales, pero los historiadores no las habían aprovechado, aunque los únicos registros escritos a su disposición normalmente eran los de los colonizadores.

El pionero de lo que ahora es una técnica histórica altamente especializada fue Jan Vansina, un belga que trabajó en el Congo. Su libro *Oral Tradition*, reeditado como *Oral Tradition as History*, es el texto clásico sobre este método. Se ha usado para rastrear la historia política, los movimientos migratorios y el desarrollo agrícola y económico de las sociedades africanas durante largos periodos. Las tradiciones, por supuesto, son todo menos fijas pero, en manos de los historiadores, los cambios y las divergencias entre las fuentes se convierten en pruebas en sí mismos. En algunas de las obras más impactantes, tal como *The Shambaa Kingdom* de Steven Feierman (1974), la antropología y la historia social se fusionan en un relato del cambio social hasta el presente, que abarca desde detalles de la vida cotidiana hasta la cosmovisión simbólica de la comunidad.

Así, los historiadores de África aprovechan las tradiciones orales para usos importantes. En Europa, esta práctica es bastante rara: la historia oral se basa casi completamente en la memoria directa y es una forma de historia social contemporánea, construida a partir de relatos personales sobre experiencias públicas y privadas. No obstante, existen algunos grupos sociales en Europa en cuya cultura las tradiciones orales siguen siendo importantes. Algunos son minorías rurales sobrevivientes, tales como los protestantes de las zonas montañosas de Francia e Italia, o los isleños gaélicos escoceses que recuerdan —como si lo hubieran visto personalmente— los desbroces de las montañas de hace más de 150 años, cuando perdieron sus tierras para se crearan en ellas granjas de ganado lanar. Más importantes para la historia reciente, sin embargo, son las nuevas generaciones de inmigrantes urbanos que llegan con sus tradiciones desde el sur, tales como los marineros bengalíes de Sylhet, quienes fueron los pioneros del asentamiento de la comunidad bangladeshi en Gran Bretaña (Adams 1987).

Investigación social

La actividad investigadora de los científicos sociales también se traslapa con la historia oral, con la diferencia de que los historiadores orales entrevistan a personas mayores sobre el pasado, mientras los científicos sociales entrevistan para obtener documentos para la interpretación del cambio social contemporáneo. A veces esto es igual a la historia oral, a veces no. La investigación de historias de vida en la ciencia social es actualmente más fuerte en Europa, especialmente en Francia y Alemania, pero los pioneros tanto en sociología como en antropología en la década de 1920 estaban en Estados Unidos. Mientras los antropólogos británicos, quizá demasiado influenciados por la manera imperial, se sentaban bajo una sombrilla, se comunicaban a través de un intérprete y rara vez utilizaban directamente las palabras de sus informantes en sus libros, los antropólogos estadounidenses ya habían empezado a publicar autobiografías completas de historias de vida a partir de entrevistas con nativos americanos. Ése fue el método de investigación utilizado por Oscar Lewis (1961) para sus famosos estudios de la cultura de la pobreza en México, tales como *The Children of Sánchez* y *Pedro Martínez*. América Latina tiene una tradición bien establecida y socialmente comprometida de investigación de historias de vida.

Por último, existe el área estrechamente relacionada de la documentación contemporánea en investigación social, que también puede presentarse en forma de entrevistas a fondo o de trabajos escritos. Aunque el propósito inmediato es comprender lo que sucede ahora, rara vez falta la dimensión del cambio y, por lo tanto, del pasado. En el largo plazo, este material puede ser tan valioso para los historiadores futuros como la historia oral o las entrevistas de historias de vida. En Gran Bretaña, por ejemplo, el proyecto *Mass Observation* se fundó en 1937 para registrar la cultura de la gente común y corriente. Se reclutó a paneles de cronistas y ensayistas para que registren sus vivencias cotidianas, y su trabajó se almacenó y catalogó: es ahora un recurso histórico singular en la Universidad de Sussex.

Énfasis en el futuro

Esta variedad de técnicas, todas estrechamente relacionadas, difieren en su énfasis: pasado o presente, oral o escrito, personal o colectivo. También tienen vínculos primarios con distintas disciplinas. Pero, según nuestro punto de vista, basarse en estas diferencias no sería de ayuda. Lo que nos interesa es cómo estas diversas formas traslapadas de "escuchar" pueden contribuir al desarrollo, cuya concentración principal es el futuro. Todas ofrecen maneras de documentar las corrientes del cambio y de descubrir su significado y la continuidad en la vida de la gente común y corriente, de comprender un poco mejor su conciencia social e identidad individual.

Es de estas vidas humanas torpemente individuales de quienes depende, en última instancia, un desarrollo perdurable y que sin embargo rara vez han determinado las prácticas del desarrollo, más bien dominadas por los puntos de vista e ideas de la elite educada. Las prioridades han sido principalmente establecidas por quienes detentan el control de los recursos financieros y técnicos. Pero ahora la tecnología sirve para estrechar en lugar de aumentar la brecha entre "los que tienen y los que no tienen": la grabadora ha abierto un medio para capturar y comunicar la inmensa variedad de la vivencia individual y, de esa manera, fomentar iniciativas de desarrollo que reflejen más fielmente los valores y prioridades de quienes, se supone, deben ser los beneficiarios.

Notas

1 En todas estas formas, la historia oral ha crecido rápidamente en el Norte en el curso de los últimos veinte años. Ahora tiene sus propias sociedades y revistas en varios países, tales como *Oral History* en Gran Bretaña, *Bios* en Alemania, *Oral History Review* en Estados Unidos e *Historia y Fuente Oral* en España, además del nuevo *International Yearbook of Oral History and Life Stories*. Asimismo, se dictan conferencias internacionales regulares. Esto no se ha limitado al Norte. Hay publicaciones internacionales regionales de historia oral financiadas por UNESCO en el Caribe hispano y en el sur de África, así como académicos dedicados a la historia oral en muchos países latinoamericanos y africanos y en algunos países del Lejano Oriente. Varias naciones africanas tienen archivos orales financiados por el Estado, por ejemplo Indonesia, Malasia y, el más generoso de todos, Singapur, con un programa modelo para el Norte y para el Sur.

Bibliografía citada

Adams, C. (ed.) (1987). *Across seven seas and thirteen rivers: life stories of pioneer Sylheti settler in Britain*. London, THAP Books.

Feierman, S. (1974). *The Shambaa Kingdom*. Madison, University of Wisconsin Press.

Lewis, O. (1961). *The Children of Sanchez*. New York, Random House.

Lewis, O. (1964). *Pedro Martinez*. New York, Random House.

Staunton, I. (ed.) (1990). *Mothers of the Revolution*. Harare, Zimbabwe, Baobab Books.

Vansina, J. (1985). *Oral Tradition as History*. Wisconsin, University of Wisconsin Press.

Vargas Llosa, M. (1987). *El hablador*. Barcelona, Editorial Seix Barral.

Slim, Hugo y Thomson, Paul (1994). "Varieties of Oral Evidence" en *Listening for a Change: Oral Testimony and Development*. London, Panos. Reproducción autorizada por la editorial.

Extracto de

Comunicación participativa para el desarrollo: premisas filosóficas

Pradip Thomas

Participar significa principalmente compartir una actividad o proceso que tradicionalmente era organizado e implementado de manera jerárquica o excluyente. Muchas veces parte de una opción política y es, por lo tanto, básicamente una actividad política. Su lógica está basada en posiciones epistemológicas, políticas y teóricas transformadas, que ponen el acento en la comunidad, el diálogo, la reciprocidad y el entendimiento basado en el respeto mutuo.

Voy a comentar brevemente la teoría y la práctica de la participación y analizar las premisas filosóficas subyacentes al concepto, así como las posibilidades y limitaciones de su práctica, particularmente en el campo de la comunicación. A un breve análisis de las contribuciones teóricas de dos académicos, Paulo Freire (1967, 1970, 1978, 1989) y Martin Buber (1958, 1965), y la filosofía que apoyó la práctica de la participación seguirá una revisión de sus factores determinantes, haciendo hincapié en la necesidad de ser realistas acerca de sus limitaciones y posibilidades.

Si bien la comunicación participativa es esencial para la construcción de una comunidad, la idea central es que tal comunicación debe basarse en una comprensión realista y pragmática del potencial y las limitaciones de la participación. Como concepto, la participación ha traído nuevamente al discurso el énfasis en una praxis desarrollada desde las personas mismas, reflejando sus aspiraciones y necesidades, en vez de una praxis impuesta por terceros. Ha permitido que las personas sean sujetos de su propio desarrollo y no simplemente objetos de la tecnología o de los procesos. Ésa es su fuerza. Es un ideal y una meta hacia la que debemos seguir trabajando. Exige que las personas participen más en su propio desarrollo, pero no (y esto rara vez se señala) la participación total de todas las personas en todos los aspectos del desarrollo humano.

Analicemos primero las contribuciones de Paulo Freire y Martin Buber al concepto de participación.

Paulo Freire: Concientización

La pedagogía de Freire surgió de su encuentro con la pobreza, la explotación y el desarrollo "domesticado" en el noreste de Brasil. Allí encontró muchas formas de represión: económica, política, social y cultural. La perspectiva de Freire sobre la participación es el producto de su experiencia de vivir, trabajar y pensar en lo que él llama la "praxis" de la participación. Al hacer una lectura cronológica de sus libros se hace evidente su evolución ideológica desde la postura liberal-democrática y reformista de sus primeros trabajos como *La educación como práctica de la libertad* (1967), hacia el marxismo humanista de escritos posteriores como *Pedagogía del oprimido* (1970), *Pedagogía en proceso* (1978) y su libro más reciente *Por una pedagogía de la pregunta* de 1989 (escrito junto con Antonio Faundez).

Una serie de pensadores influyeron en Freire: teólogos como Teilhard de Chardin, que resaltaba la vocación histórica del ser humano a ser más humano (lo que se volvió un concepto central en la filosofía social de Freire); las ideas sobre la naturaleza de las

clases en la sociedad y sobre la psicología de la opresión de Reinhold Nelbuhr le plantearon un reto; existencialistas como Emmanuel Mounier, que destacaba la autenticidad humana; la crítica de Jean Paul Sartre a las prácticas dominantes en la educación; las observaciones de Erich Fromm sobre la psicología ambivalente y contradictoria de los oprimidos; las vidas y praxis de revolucionarios empáticos como el Che Guevara y Amilcar Cabral; y, filósofos como Martin Buber, cuyo concepto de "diálogo" se volvió una faceta central de la pedagogía de Freire. Todas estas perspectivas tuvieron un impacto sobre el crecimiento de Freire como docente. Toda la filosofía de la educación de Freire y su orientación hacia la participación están basadas en la idea de la vocación histórica de los seres humanos por estar libres de la opresión material y psicológica, y de los patrones de vida que les son impuestos desde arriba, sin su participación en los procesos de cambio.

Freire cree que el acto de liberación implica la liberación de los seres humanos para la satisfacción de su vocación histórica de ser libres. Pero esta liberación, tanto del individuo como de la comunidad, es el resultado de sus propios esfuerzos por el crecimiento de su conciencia a través de un proceso de aprendizaje. Según Freire, todos los individuos tienen la capacidad de reflexionar, la del pensamiento abstracto, de la conceptualización, la toma de decisiones, de escoger alternativas y planear el cambio social. Sin embargo, lo importante no es sólo la concientización, el acto de saber o la participación mínima, sino su relación con un proyecto de transformación social, en el que la conciencia y la acción sobre la conciencia se relacionan dialécticamente. En la pedagogía de Freire la acción y la reflexión no son actividades separadas sino que forman un todo orgánico en el que la interacción entre ellas constituye el proceso de concientización. Es decir, la participación auténtica es una experiencia emancipadora que lleva a una liberación real.

La orientación de Freire hacia la participación proviene de su crítica de la pedagogía existente en la educación para el desarrollo, que era paternalista en su filosofía y no participativa en su modus operandi. Él lo llamó la idea «bancaria» de la educación. Se basaba en la premisa de que todo el conocimiento era una entidad acabada que no necesitaba ser descubierta en un encuentro dialógico entre sujetos. Era un corpus completo previamente establecido y empacado. Las personas sólo eran receptores pasivos del cuerpo del conocimiento. No era su propio conocimiento, sino un conocimiento exógeno y sólo vagamente relacionado, si es que lo estaba, a su realidad.

Freire notó que la gente aceptaba los contenidos de manera pasiva y que rara vez reflexionaba sobre la validez del conocimiento. Es por ello que planteó el acto de la reflexión crítica como un elemento esencial para construir un desarrollo alternativo y participativo. La participación auténtica permitiría que los sujetos partícipes de este encuentro dialógico descubrieran la realidad por sí mismos. Esta participación llevaría a la desaparición de las diferencias, actuando el profesor como un catalizador en vez de ser el mediador de un cuerpo consumado de conocimiento. El profesor y el alumno participan conjuntamente en la investigación del conocimiento. Es, entonces, deber del profesor guiar el despertar de la capacidad crítica del individuo y relacionarla a las tareas del cambio político y del desarrollo.

Lo escrito por Freire ha influenciado a toda una generación de académicos y activistas involucrados en proyectos de desarrollo participativo en todo el mundo. Aunque él nunca vinculó sus estudios al uso de un medio de comunicación en particular, está implícito en sus textos que, para ser efectiva, la comunicación debe ser participativa, dialógica y recíproca. En realidad, en toda la gama de proyectos de comunicación participativa, desde la organización y producción de radio comunitaria en América Latina, Australia y partes de África y Asia hasta la práctica del teatro popular en países como Brasil, Chile, Jamaica, Sudáfrica, la India y Filipinas, se utiliza la perspectiva de Freire. El uso de la enseñanza experimental en universidades progresistas de Sudáfrica, tal como la Universidad de Natal, así como diversos proyectos de comunicación basados en medios tradicionales, masivos y populares en muchos lugares del mundo, le deben mucho a la teoría y la práctica del desarrollo participativo de Freire.

La participación es un concepto clave en los escritos de Freire. No hay muestra más clara de ello que sus comentarios sobre el uso de su pedagogía en el contexto del desarrollo en el Estado africano occidental de Guinea-Bissau. En este libro (1978) sobre la praxis vigente, presenta la participación como un concepto pragmático. Presupone un compromiso básico fundamentado en la reciprocidad y el respeto mutuo. Se convierte en un esfuerzo basado en las personas, que pone al alumno y al profesor en igualdad de condiciones. Freire sí cree que los seres humanos tienen la capacidad de controlar los aspectos centrales de sus vidas, pero no sugiere que tal compromiso debe abarcar todo indiscriminadamente.

Buber: Diálogo para la comunidad

El concepto de "diálogo" de Freire proviene de Buber. Y el diálogo es central en su pensamiento. En su libro más conocido, *Yo y tú*, Buber presentó sus ideas básicas sobre la existencia y el destino humanos. Buber analiza allí dos tipos de relaciones, las relaciones *Yo-Tú* y las relaciones *Yo-Ello*.

El encuentro *Yo-Tú* se caracteriza por el diálogo, el respeto mutuo, la apertura y la reciprocidad. Es la base de la comunión, que es la clave de la comunidad. Acepta y afirma al otro, y a través de esta aceptación se libera y enriquece tanto el Yo, que conoce, como el Tú, que es conocido. Toda la vida es relacional, y la vida humana sólo puede llegar a tener significado y plena realización en términos de reciprocidad y encuentro. El encuentro dialógico, que surge de relacionarse, se aplica a la vida de uno en relación con la naturaleza, con otras personas y con el "eterno tú", que está implícito en todo Tú.

Por el contrario, la relación *Yo-Ello* se caracteriza por el monólogo, la inequidad, la objetividad y el desapego, y es la raíz de la alienación del ser humano frente a los demás, a la naturaleza y a Dios. Este distanciamiento es una característica de la existencia moderna, y este libro fundacional de Buber señala la posibilidad de un descubrimiento, en realidad de una nueva epistemología, que podría reemplazar la famosa base de la filosofía formulada por Descartes: «Pienso, luego existo».

Las relaciones *Yo-Tú* y *Yo-Ello* son parte de la realidad de la experiencia del ser humano, y ninguna de ellas existe de manera pura. Las relaciones *Yo-Ello* actualmente predominan en los contactos interpersonales y en nuestras transacciones con el mundo no humano. Pero existe la posibilidad de que surja una relación *Yo-Tú*, y esa nueva relación basada en el diálogo no debe ser vista solamente en términos de pensamiento o lenguaje, sino que debería expresarse principalmente a través de la acción. El diálogo auténtico se produce cuando se busca al otro, en la afirmación de la otredad del otro. El acto del diálogo es el acto de volverse uno mismo íntegro, liberarse de los grilletes del individualismo y emerger como una persona plena en una comunidad.

El concepto de comunidad también es central en el pensamiento de Buber. Él rechazó tanto el colectivismo como el individualismo. En ambos el ser humano está aislado. Esto es cierto no sólo en los sistemas políticos totalitarios sino también en el mundo industrial en el que las que se reduce a las personas a "manos" y la vida se mide en "horas hombre". Buber (1958) escribió lo siguiente sobre la colectividad y la comunidad:

> «La colectividad no es unión sino agrupación; los individuos apretujados, armados y equipados, con sólo tanta vida entre cada hombre como para atizar el paso de la marcha. Sin embargo, la comunidad, esa

> comunidad que crece (que es la única que conocemos hasta ahora) no significa es estar lado a lado sino con todos en una multitud [...] La comunidad es donde ocurre la comunidad. La colectividad está basada en una atrofia organizada de la existencia personal; la comunidad en su crecimiento y en la confirmación de la vida vivida hacia el otro. El fervor moderno por la colectividad es un escape del reto que supone poner a prueba a la comunidad y de la consagración de la persona, un escape del diálogo vital que exige la participación, que es el corazón del mundo».

La verdadera participación emerge del diálogo. Las ideas de Buber sobre el diálogo han contribuido significativamente a nuestro entendimiento de la comunicación participativa.

Los determinantes de la comunicación participativa

Los determinantes de la comunicación participativa son obvios y oscuros a la vez y, en todo caso, requieren un análisis cuidadoso para su comprensión y práctica. Tres escenarios determinantes —el político, el epistemológico y el organizativo— moldean las posibilidades y los límites, y merecen análisis. En primer lugar es importante explicar a qué nos referimos con comunicación participativa.

En el vocabulario común de la comunicación, participación significa que la gente se involucre en todas las etapas de un proyecto de comunicación, sea interpersonal o basado en los medios masivos o tradicionales. Es el opuesto de la filosofía y práctica del paradigma dominante, que enfatiza la comunicación planificada, desarrollada, organizada e implementada con ayuda externa, en la que los beneficiarios son meros receptores de una realidad consumada. Por supuesto que éste es el motor detrás de la mayoría de los proyectos de comunicación y desarrollo en la India y en otras partes del mundo en desarrollo y está basado particularmente en la ideología de la comunicación del triunvirato: Schramm, Lerner y Rogers.

La ecuación del poder

En primer lugar, la comunicación participativa es una actividad política basada en la transformación de las ecuaciones de poder. Es un medio por el cual un recurso societal escaso —es decir, un medio de comunicación— pasa a manos de la gente para que sus voces se oigan. Brecht (1979-80) al escribir sobre la «falta de impacto» de los medios de comunicación dominantes, señala que la radio puede cambiar de ser un medio basado en un sistema de distribución (otra manifestación de la lógica capitalista) a un sistema de comunicación, es decir, un medio del que pueden surgir comunicaciones recíprocas y diálogo.

> «La radio podría ser el sistema de comunicación pública más maravilloso que pueda imaginarse, un sistema gigante de canales [...] si fuera capaz no sólo de trasmitir sino de recibir, de hacer que el oyente no sólo escuche sino que también pueda hablar, de no aislarlo sino conectarlo. Esto significa que la radio tendría que renunciar a ser un proveedor y organizar al oyente como el proveedor».

La transformación de la radio en un medio de comunicación bidireccional revolucionaría su papel drásticamente. Sin embargo, este cambio en la organización y las metas de los medios sólo puede darse tras un cambio en las actitudes políticas de quienes usan este tipo de medios, un cambio de la mentalidad fatalista, ingenua y débil a una visión valiente y positiva del futuro. También requiere un cambio de actitud de los que actualmente controlan el acceso a los medios.

En la India hay una serie de casos de medios participativos y alternativos, basados en una ecuación de poder modificada y una opción política clara. La revista feminista *Manushi*, producida por una cooperativa de mujeres en Nueva Delhi; el trabajo de SKILLS, un centro de producción de comunicación de bajo costo con sede en Madras; y, las presentaciones teatrales populares de numerosos grupos que trabajan en el sector de las organizaciones no gubernamentales (ONG) son todos ejemplos de actividades de comunicación orientadas a satisfacer necesidades muy específicas del público.

Sin embargo, en la actualidad por cada iniciativa de comunicación alternativa exitosa sigue habiendo muchas más que solamente proyectan la imagen de ser alternativas y participativas, pero en realidad refuerzan algunos de los peores aspectos del paradigma dominante de la comunicación. Éste es un aspecto del escenario de las comunicaciones alternativas en la India que debemos enfrentar. Una serie de factores de poder obstaculizan el auténtico proceso de comunicación. Entre ellos: (a) los intereses propios de los organizadores y miembros de la comunidad; (b) el alcance omnipresente de la cultura populista; (c) la falta de personal calificado en destrezas comunicativas; (d) la tendencia a dogmatizar y a hacer las cosas según un modelo predeterminado, que sofoca la creatividad y la flexibilidad; (e) la influencia de la política local y estatal; (f) el patriarcado y la discriminación de género; (g) el factor de la casta; y, (h) el factor de la clase.

La posición epistemológica

La comunicación participativa se basa en una posición epistemológica modificada. Se fundamenta en la retórica y la práctica de la liberación, la libertad, la emancipación, la lucha, de la "opción preferencial por los pobres" y la transformación y el cambio. Es, por ello, diametralmente opuesta a la teoría y práctica de la comunicación que se limita a reforzar el statu quo y perpetúa las desigualdades de clase, casta y género. Esta posición epistemológica ha sido crucial para el desarrollo, la organización y la implementación de una práctica modificada de la comunicación. Más aún, la redefinición y revalorización de la teoría dominante y sus interpretaciones y prácticas han traído consigo una nueva revolución del conocimiento, un conocimiento que se dedica específicamente a la causa de una comunidad mundial justa.

Sin embargo, uno tiene la impresión de que la retórica de la participación no ha estado acompañada por una transformación activa y concreta de la teoría en práctica. La participación definitivamente ha llevado a un enfoque más humanista para resolver los diversos problemas en el mundo, pero ¿qué significa la participación en la práctica? ¿Implica que todos actúen todo el tiempo? ¿Significa organizar las actividades de la comunicación en términos socialistas en vez de capitalistas? Como en todo, el concepto está rodeado de posiciones dogmáticas y absolutistas, que vienen a ser la principal causa del fracaso de muchos proyectos de comunicación participativa.

Claro está que en la India hay casos de gente sin tierra, pobladores urbanos oprimidos y mujeres analfabetas que aprenden a producir un programa de vídeo, de gente tribal que hace teatro popular propio y de *dalits* que publican periódicos y revistas. Estos ejemplos demuestran que la gente común puede trascender su analfabetismo formal e "ignorancia" tecnológica para producir programas alternativos comprensibles y cercanos a sus vidas y la de los demás. Pero tales ejemplos sólo indican que algunas personas, por su propia naturaleza, poseen ciertos dones de expresión y comunicación. No demuestra que todo el mundo los tenga. Sin suscribir el determinismo biológico de ninguna manera, y reconociendo plenamente que las personas tienen la voluntad y recursos físicos y psicológicos para desarrollar capacidades y nuevas formas de hacer y de vivir, uno puede sostener razonablemente que tienen habilidades distintas y que éstas no son compartidas.

Por ejemplo, siendo evidente que la improvisación es un factor clave en cualquier actuación de teatro popular, es un hecho que no son muchos quienes pueden improvisar bien. Los teóricos del teatro popular podrán sostener que el compromiso compensaría la falta de habilidades, pero en un país como la India, que tiene un público teatral sofisticado, las habilidades son absolutamente esenciales para que un espectáculo de teatro popular sea exitoso. He sido testigo de puestas en escena basadas en el

teatro popular que han fracasado principalmente porque el lenguaje teatral no estaba al alcance de la audiencia. La práctica del teatro popular es en sí misma un asunto difícil y trabajoso. Pocas personas dominan sus técnicas, lo que no es de sorprender. A fin de cuentas, de cien personas que aprenden a usar una filmadora, sólo unas cuantas llegarán a manejarla con destreza para su uso creativo. Destrezas, técnicas y el uso creativo de los medios son esenciales para un proyecto de comunicación participativa, y no pueden sustituirse de ninguna manera por el compromiso, que es fundamental por supuesto, pero insuficiente para el éxito de la comunicación participativa.

Aspectos organizativos

Asimismo, la comunicación participativa se basa en una ética organizativa y un método operativo modificados. Esto ha sido crucial para el éxito de los proyectos de comunicación participativa en muchos lugares. A la vez, su apropiación inadecuada ha sido la razón de su fracaso en muchísimos lugares. En su afán de organizarse de manera no jerarquizada, informal y plenamente democrática, los proyectos participativos han tendido a abandonar todas las formas anteriores de organización y los métodos de trabajo. Por ejemplo, algunos grupos participativos han intentado formar organizaciones no estructuradas basadas en la negación de las habilidades individuales y un método de toma de decisiones plenamente democrático. Aunque el mutuo acuerdo, el compromiso individual y los esfuerzos cooperativos son la base de este proceso de cambios necesarios, el proceso mismo se ha institucionalizado. Muchas veces el ejercicio del poder se invisibiliza tras esta situación. En realidad, es común que una persona con una personalidad fuerte tenga el poder y domine las actividades. En ese sentido, no es raro que la participación se logre a través de la manipulación.

Los métodos organizativos no estructurados definitivamente son importantes para motivar a las personas y lograr su asentimiento y cooperación, pero deben estar situados dentro de un movimiento estructurado que dirija y oriente el proceso de facilitación. La falta de una dirección clara ha llevado a la debacle a muchos proyectos de comunicación participativa. Existen además los problemas de liderazgo, la incapacidad de terminar un proyecto una vez cumplido su mandato, los objetivos poco claros y la tendencia a que proyectos de comunicación, de dimensiones inicialmente manejables, crezcan excesivamente de manera que sus métodos de trabajo se diluyen. También existe la tentación de priorizar exclusivamente a un medio por encima de otro, por ejemplo el uso del teatro popular sobre otros medios como el vídeo y las computadoras debido a sus orígenes capitalistas. Uno también advierte la tendencia a ponerse a la defensiva cuando los supervisores del proyecto se niegan a enfrentarse a la evaluación de la "calidad e impacto" del trabajo. Todos estos elementos, entre otros, han contribuido al fracaso de muchos proyectos de comunicación participativa.

Charles Landry y otros (1985), en su excelente análisis de las razones del fracaso de proyectos radicales de comunicación en Inglaterra, señalan las consecuencias desastrosas del culto al líder y la tendencia a que los iniciadores se vuelvan verdaderos padrinos, tan cierto en el caso de la India.

> «Es común que las personas que participaron originalmente en el establecimiento de un grupo o proyecto tengan dificultades más adelante para ceder el control, especialmente cuando el grupo ha tenido (como a menudo las tiene) una o más figuras "carismáticas", que han sido vitales para su éxito inicial. Estas personas normalmente se identifican mucho con el proyecto y en cierto sentido lo consideran "su bebé". Muchas veces, avanzar más allá del estancamiento que esto produce, sólo es posible por medio del "sacrificio ritual" de los "Padre(s)" y "Madre(s)" originales del grupo, para permitir a los nuevos participantes asumir alguna medida de responsabilidad real en la dirección del proyecto. Obstaculizarlo exitosamente pasa por el deterioro de la organización. Cabe señalar que, en estas situaciones, las organizaciones "humanitarias" o políticamente iluminadas, pueden ser tan brutales como las empresas comerciales».

Conclusión

¿Dónde estamos, entonces, respecto de las posibilidades de la comunicación participativa? Estoy convencido de que necesitamos revisar tanto el concepto como su práctica, y revalorizar las contribuciones de personas como Freire y Buber, que nos ofrecen un patrón nuevo de vivir y de hacer. Al mismo tiempo, y sin caer en la trampa del dogmatismo, hay una necesidad de evaluar los proyectos que pretenden ser "participativos". Sin duda, la participación, el diálogo y la comunión son esenciales para el éxito de un programa de comunicación alternativa, pero los proyectos basados en estos criterios también deberán reconocer los peligros de una posición teórica rígida. Se necesita que un proyecto de comunicación participativa sea abierto a las necesidades de un entorno cambiado y a las de las personas, y fundamentado en una praxis no dogmática y flexible.

El objetivo de la comunicación es crear una comunidad. La participación es tanto la base *para* como el entorno *de* la comunidad. Al sublevarnos contra las estructuras autoritarias y patriarcales hemos resaltado, con justa razón, la necesidad de una mayor participación. Pero tenemos que estar atentos a que la participación misma no se vuelva una herramienta de la ingeniería autoritaria. Es igualmente importante volverse críticamente conscientes de los límites de la participación para no caer en la trampa de una ideología igualitaria simplista, que ha violado la integridad de las personas en la comunidad y milita contra la verdadera participación. En última instancia, la importancia de cualquier proyecto de comunicación participativa está en la capacidad de los participantes de interiorizar y "vivir" la lógica de la participación.

Bibliografía citada

Brecht, B. (1979-80). "Radio as a Means of Communication: A Talk on the Function of Radios" en *Screen*, 20, (2/4).

Buber, Martin (1958). *I and Thou*. Edinburgh, T and T Clark.

Buber, Martin (1965). *Between Man and Man*. New York, Macmillan.

Freire, Paulo (1967). *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Freire, Paulo (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York, Seabury Press.

Freire, Paulo (1978). *Pedagogy in Process*. New York, Continuum.

Freire, Paulo y Faundez, Antonio (1989). *Learning to Question. A Pedagogy of Liberation*. New York, Continuum.

Landry, C. y otros (1985). *What a Way to Run a Railroad: An Analysis of Radical Failure*. London, Commedia Publishing Group.

Thomas, Pradip (1994). Extracto de "Participatory Development Communication: Philosophical Premises" en White, Shirley A. K; Nair, Sadanandan y Ascroft, Joseph (eds.) *Participatory Communication: Working for Change and Development*. New Delhi, India, Sage Publications India PVT. Ltd. Reproducción autorizada por la editorial.

Poder y control

Extracto de *El concepto de participación: transformar la retórica en realidad*

Shirley A. White

El concepto de "poder para el pueblo" o "poder popular" inicialmente sí presentaba una amenaza para la estructura de poder jerárquica del desarrollo. Connotaba una revolución, una acción a lo Robin Hood y una "toma del poder", una clara pérdida del estatus y los privilegios que supone estar en una posición de poder superior. Estas reacciones estaban asociadas a un concepto del "gana y pierde" del poder distributivo. La idea de un poder generativo ha surgido como un planteamiento menos amenazador y más humano y realista del poder. Es apropiado y congruente con el concepto de participación: que las personas, coherentemente con sus propios potenciales humanos, fuerzas vitales internas e identidad cultural pueden generar su propia fuente de poder; del que sea necesario para lograr los objetivos que se hayan fijado para sí mismas y para sus comunidades.

Las actividades y los catalizadores externos que aspiran a conducir a la gente al desarrollo y a explorar sus propias fuentes de poder deben estar convencidos de que las personas son capaces intelectualmente y tienen las competencias de comunicación para organizar su vida de manera más libre. Pero cuando esto efectivamente sucede, tienen que estar preparados para dar un paso atrás y permitir que los "liberacionistas" exploren más allá por su cuenta. Si esta recién descubierta libertad para expresarse y dialogar con cualquier ser humano y para aprender de esto se ejerce, es posible que los activistas vean en ello un efecto bumerán. Es como esperar a que un hijo crezca y se vuelva independiente pero, llegado el momento, no creerlo y resistirse al cambio. Si los actos participativos son auténticos y el poder generado se ve iluminado por conocimientos funcionales, entonces el contexto en el cual puede ocurrir un desarrollo autosuficiente se convierte en una realidad.

La liberación

Si se le da la oportunidad y después adquiere el conocimiento apropiado necesario para elaborar sus propias estrategias, la gente puede lograr o adquirir la capacidad de determinar el curso de su propia vida. La autoconfianza que desarrolla es, en sí misma, empoderadora. Aunque el empoderamiento generalmente se conceptualiza como la salida de una situación o de un sentido de privación u opresión, también puede ser visto como el resultado positivo e integral del autodescubrimiento, una interacción humana provechosa y la habilidad de dialogar con personas distintas de uno. La confianza para participar en procesos grupales es, en sí misma, una acción liberadora.

Una participación auténtica es intrínseca a las relaciones auténticas. Los comportamientos comunicacionales solidarios son una característica de las personas realmente liberadas. La verdadera liberación viene acompañada de un sentido sólido de la identidad, de una preocupación activa por uno mismo en función de los demás y de una fuerza vital interior que empuja a entablar relaciones humanas significativas, liberando y catalizando la acción hacia el logro de metas compartidas.

La concientización

El concepto de *concientización* de Freire es medular para el tema de la participación. Activar el conocimiento de sí mismo y la conciencia crítica de la propia situación y contexto, la propia identidad, los propios talentos y las propias alternativas de libertad de acción es un imperativo para la acción participativa. Freire (1973) destaca «la búsqueda permanente de las personas junto a los demás por volverse más plenamente humanas en el mundo donde existen». Esto sugiere que la concientización y la conciencia crítica por sí solas no conducen inevitablemente a la acción... Sí sugiere que es más probable que se produzca la acción cuando las personas se embarcan juntas en el diálogo y la búsqueda.

Freire introdujo el concepto de «acción dialógica». Su libro con Ira Shor (1989), *La pedagogía de la liberación*, es una articulación estimulante y útil del tipo de educación que es necesario para la liberación. La acción dialógica de Freire une el concepto de acción al concepto de reflexión, donde el pensamiento reflexivo se considera el núcleo de la educación. Utiliza el concepto de praxis que, para él, es un proceso que empieza por la reflexión, continúa con la acción y regresa a la reflexión de manera espiral y circular. Atucha y Crone (1982) han aplicado exitosamente esta teoría de la concientización y la acción dialógica como metodología de comunicación en un programa integral de educación, salud y planificación familiar en Honduras.

Es interesante señalar que este proyecto es un ejemplo de comunicación transaccional, descrita por Nair y White (1987) como una interacción continua entre las personas a nivel comunitario y las fuentes de información a través del tiempo «para llegar a significados compartidos». El proyecto de Atucha y Crone colocó a las instituciones de salud y a sus representantes en un papel dialógico con los campesinos mismos, activando un proceso de concientización que llevó a que los campesinos invirtieran en las decisiones que los afectaban. Los investigadores llegaron a la conclusión siguiente:

> «El proyecto ha sido valioso porque las metas de las instituciones participantes han coincidido con las necesidades e intereses de las comunidades. Además, las herramientas utilizadas en la formulación del proyecto han dado lugar a nuevos conocimientos que han fortalecido las capacidades técnicas del personal participante. Al establecer contactos estrechos con las comunidades por medio de técnicas de comunicación horizontal, se ha generado un diálogo respecto de su propia realidad mediante el cual se han identificado problemas y se han buscado soluciones alternativas».

El empoderamiento se logra a través de la concientización. Se puede volver especializado mediante procesos participativos que refuerzan un entendimiento y un sentido de control necesario para contribuir a las decisiones de desarrollo. Tener la confianza suficiente para reclamar y hacer valer nuestros derechos no radica exclusivamente en la concientización, sino también en la generación de nuestro propio poder y la posibilidad de unirnos a otros para presentar reclamos que son mutuamente beneficiosos. El empoderamiento también radica en la integridad de las personas y su cultura, en aplicar los valores personales y en la aspiración de conservar la identidad; todas son necesarias para sostener la energía psíquica necesaria para el cambio y el desarrollo humanos.

La autosuficiencia

El concepto de autosuficiencia forma parte integral de la participación, como resultado y también como parte del proceso. La participación de por sí es un acto de autosuficiencia que debe estar acompañado de la confianza en sí mismo. Es un elemento necesario para que las personas puedan salir de relaciones de dependencia. Es un concepto importante para el desarrollo y para la comunicación participativa, pero se puede interpretar y poner en práctica desde una serie de perspectivas distintas.

En los círculos del desarrollo, el uso del término "autosuficiencia" frecuentemente se refiere a las condiciones de estabilidad económica y a políticas que a su vez afectan la estabilidad política a "nivel

nacional". En otras palabras, la economía y la política a menudo son procesos inseparables en el desarrollo. Volverse autosuficiente significa poner el acento en el fortalecimiento de los recursos económicos locales y en hacer que la comunidad sea más autosuficiente, por lo menos al punto de brindar oportunidades de empleo local. Pero los recursos locales sí vinculan a una comunidad más amplia con grupos de aldeas pequeñas y con los recursos económicos departamentales, regionales y nacionales.

Ha habido muchos ejemplos de políticas de desarrollo emprendidas en nombre de una economía autosuficiente que han tenido efectos devastadores. En algunos casos, el camino hacia la autosuficiencia se ha trazado en función de la explotación de un producto particularmente abundante o, en el caso de la agricultura, un cultivo que crece bien en una zona específica. Debido a la especialización y a una menor diversidad, algunos países se han vuelto más, en lugar de menos, dependientes y quedan a merced del mercado mundial. Esta interpretación de la autosuficiencia a menudo se ha traducido en una baja calidad de vida para la población rural, al obligarla a cambiar patrones de vida estables o migrar a entornos urbanos superpoblados. Además, no ha contribuido a la autonomía e independencia de los países. Evidentemente, sí hay recursos naturales que encajan en esta interpretación de la autosuficiencia, como el petróleo, por ejemplo. Desde esta perspectiva de la autosuficiencia la participación del pueblo —las masas— en las decisiones económicas y políticas macro necesariamente se limita a ejercer sus preferencias en el proceso político, lo que podría ocurrir solamente en sistemas políticos democráticos.

Pero las metas de autosuficiencia a nivel local pueden concentrarse más en las necesidades de desarrollo de los recursos humanos, lo cual no niega necesariamente las dimensiones económicas, sino que más bien las complementa. Las preocupaciones inmediatas pueden girar en torno a las necesidades básicas de la gente y catalizar la participación individual y grupal. Esto presenta el reto de convertir la comunicación participativa en parte de la dinámica, tratándose de una actividad importante para el desarrollo de personas autosuficientes con la confianza para defender sus propios puntos de vista, unirse para definir las necesidades de la comunidad, y participar activamente en la determinación de prioridades y agendas de acción. Esto incluye asumir el control de los medios, sus mensajes e, idealmente, su propiedad. A través de los medios de masivos, las masas pueden enterarse de los recursos disponibles y animarse a aprovechar la información útil que los medios presentan en un idioma que entienden.

Cuando los individuos se vuelven autosuficientes, su comportamiento cambia: de la apatía a la acción, de la dependencia a la independencia, de la alienación a la participación, de la intolerancia a la tolerancia, de la impotencia a la asertividad, de una actitud defensiva a una de apoyo, de la manipulación a la autodeterminación, de influenciable por los demás a decidir por sí mismo, de la ignorancia al conocimiento. Una comunidad de personas autosuficientes podrá diagnosticar sus propios problemas, encontrar soluciones innovadoras y fomentar una diversidad de desarrollo que sea pertinente, culturalmente adecuada y ecológicamente sensata y sostenible.

El intercambio de conocimientos

Los sistemas de conocimiento, la generación de conocimiento, la transferencia de conocimiento, la adquisición selectiva de conocimiento, han sido tradicionalmente propiedad conceptual de los académicos, de los bien educados y de la elite en el poder. Estaban estrechamente vinculados a los "recalcitrantes" del desarrollo que reconocían como válido y creíble únicamente el conocimiento de los "expertos, basado en la política o en la ciencia". Más aún, estaban convencidos de que la razón del desarrollo era la "falta de conocimiento" de las masas y la "posesión de conocimiento" de la burocracia del desarrollo. De modo que diseñar proyectos de desarrollo y estrategias de campañas de comunicación persuasiva para vender estos proyectos de desarrollo era el procedimiento usual.

Pero cuando el concepto de conocimiento local y su sistema de conocimiento informal se colaron en el desarrollo, los conceptos de generación de conocimiento, adquisición de conocimiento e intercambio de conocimiento pintaron un paisaje completamente diferente del proceso de desarrollo. Con renuencia, los recalcitrantes admitieron que, aunque el conocimiento técnico o científico superior era válido, podría no ser pertinente. Gradualmente, se fue reconociendo que una asociación entre el científico y el pueblo a nivel comunitario ofrecía una mejor opción de generación y aplicación del conocimiento mediante estudios y prácticas útiles y contextuales. Al establecer un diálogo continuo, ambas partes en la acción de desarrollo modificaban sus posiciones respecto de sus bases de conocimiento.

Pero un resultado aún más importante del intercambio de conocimientos y el descubrimiento conjunto fue el sentido de valía e igualdad que surgió de la interacción interpersonal. Los innovadores en la investigación participativa empezaron a usar el término «intelectual indígena» de Gramsci, que concedió estatus y valor reconocidos a los pobladores comunitarios. Simultáneamente, el científico o agente de cambio aprendía del pueblo, adquiriendo un nuevo respeto tanto por la persona como por sus ideas y reflexiones.

Las metodologías de la investigación participativa o investigación-acción participativa, por tanto, se volvieron cruciales para el proceso de desarrollo mismo y se convirtieron en una forma importante de poner en práctica el concepto de participación. El reconocimiento de la diversidad y complejidad de la generación de información —que es de utilidad inmediata para resolver problemas inmediatos, pero que tiene el potencial de ampliar una base de conocimientos extensamente aplicable— es un reto conjunto. La investigación y el análisis colectivos de temas y problemas no sólo optimizan la comprensión, sino que también dan lugar a soluciones tanto de corto como de largo plazo.

Pero éste es un cambio radical en la perspectiva de la creación de conocimiento y lo que se considera "legítimo". Esto fue bien planteado por McGuire (1987):

> «La investigación participativa se basa en un conjunto de supuestos sobre la naturaleza de la sociedad y sobre la investigación científica social que son directamente opuestos a aquellos de la investigación científica social positivista dominante. La investigación participativa ofrece una crítica y un reto a la investigación científica social positivista dominante como única fuente legítima y válida de conocimiento. Proporciona una alternativa radical a la producción de conocimiento».

Los investigadores participativos valoran el conocimiento útil y asignan un alto valor a los cambios en el desarrollo. A menudo, los educadores de adultos y los investigadores colocan el análisis en el marco de estructuras comunitarias y sociales. Conciben el mundo en términos de "teorías de conflictos de la sociedad", reconociendo los conflictos de intereses, la desigualdad y la dinámica de la opresión y el cambio. La definición de problemas en las tradiciones de la investigación e investigación-acción participativa es influenciada por el compromiso de la tradición con los problemas "reales", ya que una variedad de grupos de interés se pueden ver afectados por los resultados de la investigación. De hecho, los pueblos oprimidos pueden a menudo identificar sus problemas aun cuando los científicos o los catalizadores del desarrollo no los hayan observado (Brown y Tandon 1983).

Uphoff (1992), al informar sobre un proyecto de irrigación de siete años para mejorar el manejo del agua y la producción agrícola a través de la organización y participación de los agricultores, admitió que su entendimiento de las ciencias sociales se modificó drásticamente en el curso de su investigación. Confesó:

«Mientras me sumergía en la labor de establecer organizaciones campesinas para que algunas de las familias más pobres de un país subdesarrollado pudieran mejorar su nivel de vida, me encontré replanteándome gran parte de lo que había aprendido previamente como estudiante y como científico social profesional. Afortunadamente, a medida que las explicaciones convencionales de la motivación individual y la acción colectiva empezaban a parecer menos satisfactorias, pude encontrar muchas ideas útiles en los escritos "vanguardistas" de diversas disciplinas, desde la física y la gestión empresarial, hasta la ciencia cognoscitiva y la filosofía».

«Los enfoques "rigurosos" y "analíticos" de resolución de problemas, aunque tienen sus méritos, pueden cegarnos sobre las posibilidades. Estereotipan los juicios acerca de las personas e imponen nociones de causalidad estrechas y secuenciales, donde las influencias y efectos más difusos y concomitantes deben ser comprendidos y utilizados con conceptos más amplios de la naturaleza y las motivaciones humanas».

Los comentarios de Uphoff son esclarecedores y representan el cambio de mentalidad necesario para asegurar una participación auténtica. Parece evidente que si las personas no pueden adquirir conocimiento y otras "herramientas", tales como confianza y habilidad para producir su propio conocimiento, no podrán librar sus propias batallas locales de control y autosuficiencia. Esto es importante para el intercambio de conocimientos y para el establecimiento de sistemas autóctonos de conocimiento que crearán un entorno propicio y facilitarán la adquisición de recursos para la educación y capacitación en el contexto local. De hecho, uno de los cambios de la comunicación participativa para el cambio y el desarrollo es el de catalizar y energizar los sistemas autóctonos de conocimiento y los sistemas de comunicación necesarios para volverlos operativos.

Aunque la retórica siempre nos acompaña y quizá se queda sólo en retórica, en el caso de la participación en los círculos del desarrollo existen indicios de que la retórica se está convirtiendo paulatinamente en realidad. Muchas fundaciones privadas y públicas, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales de desarrollo y organizaciones internacionales de desarrollo están haciendo esfuerzos continuos y serios por facilitar la participación popular. Las iniciativas positivas de dichas instituciones y organismos merecen reconocimiento. Sin embargo, en el caso de comunidades o países, la visión de la participación sólo se podrá convertir en realidad mediante la canalización de la energía y el intelecto de la gente hacia las relaciones humanas y el diálogo.

La "participación auténtica", afortunada y desafortunadamente, es impulsada por la compasión humana, las motivaciones desinteresadas, la sensibilidad frente a los sentimientos y la valía de los demás, una comunicación que brinde apoyo, la apertura al cambio y el desplazamiento de la responsabilidad y el poder. Los escépticos dicen que una expectativa de "participación auténtica" no es realista. Los optimistas dicen que *sí podemos* crear una nueva realidad que honre los derechos humanos culturales y opere en un entorno contextual que sea tolerante de la diversidad y sensible a las necesidades humanas. Es posible combinar la diversidad y lograr metas comunes en el curso del desarrollo.

Bibliografía citada

Atucha, Luis María Aller y Crone, Catherine D. (1982). "A Participatory Methodology for Integrating Literacy and Health Education in Honduras" en *Convergence: An International Journal of Adult Education*, 15.

Brown, L. David y Tandon, Rajesh (1983). "Ideology and Political Economy in Inquiry: Action Research and Participatory Research" en *Journal of Applied Behavioral Science*.

Freire, Paulo (1973). *Education for Critical Consciousness*. New York, Continuum.

McGuire, Patricia (1987). *Doing Participatory Research: A Feminist Approach*. Amherst, University of Massachusetts-Amherst.

Nair, K. S. y White, Shirley A. (1989). "Participation is the Key to Development Communication" en *Media Development*, 34.

Shor, Ira y Freire, Paulo (1989). *Pedagogy of Liberation*. Granby, Massachusetts, Bergin and Harvey.

Uphoff, Norman; Rammamurthy, Priti y Steiner, Roy (1992). *Learning from Gal Oya: Possibilities for Participatory Development and Post-Newtonian Social Science*. Ithaca, New York, Cornell University Press.

Extracto de

La participación de las mujeres en la comunicación: los elementos de un marco referencial

Pilar Riaño

Aunque se han dado avances en el planteamiento de los temas de mujeres en el movimiento para la democratización de las comunicaciones, el debate ha ignorado los extensos movimientos de mujeres que están construyendo alianzas de clase, raza y cultura, así como nuevas alternativas de comunicación y propuestas de cambio a nivel popular. Este olvido es trascendente: estas alianzas no sólo reflejan el avance de los movimientos sociales en la creación de espacios democráticos para la comunicación, sino que tratan muchos de los mismos temas que plantean los movimientos de comunicación internacionales como el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) y los debates actuales sobre la democratización de las comunicaciones [...].[1]

Una tipología de la participación femenina en la comunicación

La siguiente tipología estudia los marcos referenciales que tratan sobre las relaciones entre las mujeres, la participación y la comunicación. He

White, Shirley A. (1994). "Power and control" en White, S.; Sadanandan Nair, K. y Ascroft, J. *Participatory Communication: Working for Change and Development*. New Delhi, India, Sage Publications. Reproducción autorizada por la editorial.

colocado la participación en el centro mismo de este análisis dado que este concepto es un punto de referencia en los discursos y prácticas de los Estados, las instituciones y los movimientos sociales de mujeres. La tipología identifica los discursos y prácticas de cuatro planteamientos principales: la comunicación para el desarrollo, la comunicación participativa, la comunicación alternativa y la comunicación feminista (véase la Tabla 1). El orden de su presentación introduce elementos críticos que cada planteamiento desarrolla acerca de los demás. Sin embargo, este análisis no sigue necesariamente una secuencia.

Sénécal (1991) sostenía que en cada aspecto de la comunicación social —desde el control de los medios a las percepciones públicas, las representaciones sociales e incluso la definición de las opciones tecnológicas— cada actor social posee su práctica o discurso específico. Por ejemplo, las estructuras de la comunicación para el desarrollo y, hasta cierto punto, de la comunicación participativa, tienen una lógica estatal e institucional para conseguir el consentimiento y el apoyo. La lógica subyacente a la comunicación alternativa y feminista es la de los movimientos sociales, o la identificación de un proyecto social en el que «una variedad de actores sociales buscan crear una nueva realidad social, una nueva cultura, una nueva lógica para todos los aspectos de la vida, incluidas la tecnología y las habilidades para la comunicación audiovisual». La participación femenina en las iniciativas de comunicación constituye una herramienta de lucha y un espacio significativo dentro del cual desarrollar discursos propios de las mujeres.

La comunicación para el desarrollo: la participación como herramienta de desarrollo

Las intervenciones de comunicación son aquellas que se originaron desde fuera del control de la comunidad o del grupo objetivo y se implementan a través de instituciones de desarrollo gubernamentales o internacionales y Organizaciones No Gubernamentales (ONG) (Bernard 1991). Tradicionalmente, la comunicación para el desarrollo ha pasado por alto las barreras que enfrentaban las mujeres para acceder a la información sobre el desarrollo, lo cual, por lo tanto, no las ha beneficiado. Más recientemente, los programas de comunicación para el desarrollo han reformulado su planteamiento sobre las mujeres.[2]

En la India, Indonesia, Camerún y Swazilandia, la meta de los programas dirigidos a la supervivencia y la nutrición infantil es desarrollar la confianza de las madres en sus propias capacidades para criar a sus hijos y para tomar decisiones. Estos programas dependen del uso de la comunicación interpersonal entre especialistas o trabajadores de extensión y las madres pobres urbanas y rurales. Los grupos de opinión, historias fotográficas, fotografías y novelas radiales producidas por profesionales refuerzan la estrategia educativa que concibe el desarrollo de la autoestima de la madre como una condición para el cambio de comportamiento (Griffiths 1990). Las mujeres como agricultoras, madres, esposas, agentes de protección ambiental y jefas del hogar constituyen los sujetos de la información en las intervenciones de desarrollo. La participación de las mujeres se promueve en relación con tres metas específicas: (a) cambiar las prácticas cruciales actuales, (b) promover el apoyo activo y (c) movilizar a la comunidad para las campañas masivas.

Cambiar las prácticas cruciales actuales. Esto se refiere a los esfuerzos por convencer a la población objetivo de cambiar prácticas cruciales; por ejemplo, comportamientos peligrosos como las prácticas sexuales, fumar e ingerir alcohol. Este modelo implementa estrategias de comunicación que promueven la concientización pública y el consenso, e incluye las campañas de salud públicas para la planificación familiar, la lactancia materna, la reducción del consumo del tabaco y el alcohol, y la prevención del SIDA. La participación de las mujeres se concibe como una colaboración con los planificadores, administradores y elites de poder, y como una voluntad de cambiar comportamientos cruciales (Deshler y Sock 1985).

Promover el apoyo activo. Las campañas de comunicación se utilizan para promover el apoyo activo de las mujeres y sus comunidades a los programas nacionales o regionales de nutrición, vacunación infantil, extensión agrícola, suministro de agua e higiene. Los programas de apoyo internacionales se suelen preocupar por difundir los mensajes de desarrollo de manera que promuevan el apoyo a programas específicos. En estos proyectos, la participación se refiere a la colaboración o la contribución voluntaria por parte de las mujeres de su tiempo y trabajo al proyecto de desarrollo (Protz 1991), por ejemplo, los proyectos de suministro de agua e higiene se han asegurado de que las mujeres participen en talleres sobre estos temas y que los trabajadores de extensión incluyan a mujeres que estén familiarizadas con el idioma y la cultura local (Yacoob 1990). La participación se usa como herramienta para activar la aceptación del programa por los beneficiarios potenciales.

Tabla1
Una tipología de las mujeres, la participación y la comunicación

Tipo	Metas	Contexto	Participación	Empoderamiento	Mensaje
La comunicación para el desarrollo (las mujeres como sujetos de la información).	Cambio de prácticas cruciales. Promover el apoyo a las campañas de desarrollo. Movilizar a la comunidad.	Campañas de desarrollo internacionales/ nacionales. Programas de comunicación de apoyo al desarrollo. Trabajo de extensión. Mercadeo social.	La participación como medio. Cooperación pública con los planificadores. Retroalimentación popular.	El empoderamiento se concibe como la adquisición de información. Aprender nuevos datos. Participar en debates.	De una vía. del especialista al objetivo. Difusión de la información.
Comunicación participativa (las mujeres como participantes).	Facilitar que las personas tomen el control de sus vidas. Reducir la brecha del conocimiento. Promover el cambio organizativo y sociocultural. Influir en las políticas públicas.	Desarrollo de programas de comunicación participativa. Formulación de políticas públicas.	La participación como una transacción. Interacción entre los receptores y la fuente de la información.	El empoderamiento como habilitador. La adquisición de conocimientos y de estatus social para tomar el control de sus vidas. La capacidad de beneficiarse de la participación.	Desarrollo de mensajes participativos. Interacción de flujos de información de arriba hacia abajo y viceversa. De dos vías.
Comunicación alternativa (las mujeres como sujetos del cambio).	Apoyo a las luchas sociales. Promoción y defensa de derechos. Promoción de la reflexión grupal. Despertar conciencia sobre la subordinación.	Movimientos sociales. Comunicación popular. Derechos civiles y humanos. Comunicación comunitaria. Comunicación grupal. Educación en medios.	La participación como un proceso de control. La participación como condición para el cambio social. La participación como la capacidad de producir significados activamente.	El empoderamiento se concibe como forma de desarrollar la capacidad individual y colectiva para influir en el cambio. Mayor control y propiedad del proceso.	Flujo multidimensional de mensajes. Entrega horizontal de mensajes. Actividad tanto del emisor como del receptor.
Comunicación feminista (las mujeres como las creadoras de significados).	Nombrar opresiones de raza, clase, género, orientación sexual y discapacidad. Negociar una justa representación y equidad en el acceso. Construcción de identidades individuales y colectivas. Producción de significados alternativos.	Movimientos feministas y de mujeres. Grupos de defensa. Comunicación feminista en la academia.	Participación como propiedad, inclusión y rendición de cuentas. Desarrollo de un sentido de comunidad. Propiedad de experiencias/identidades colectivas.	El empoderamiento se concibe como la transformación de los sujetos sociales y el acto de nombrar. Tener una voz. Romper el silencio.	La comunicación como intercambio. El carácter circular del significado de los mensajes. Mensajes horizontales. Una red de significados.

Movilizar a la comunidad. Con esto se busca la participación de las mujeres en la difusión de los mensajes de desarrollo y la movilización de la comunidad a través de diversas estrategias de comunicación. Un ejemplo de este tipo de programa es *Para la vida*, implementado por UNICEF, la Universidad de Sonora (UNISON) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) para difundir mensajes acerca de la salud infantil a familias pobres en los llamados países en desarrollo. Las formas de participación incluyen la movilización masiva de información (medios masivos); la comunicación intercultural (información traducida y el uso de líderes religiosos o autoridades comunitarias de edad avanzada para difundir los mensajes); y, los medios de comunicación populares, tales como el teatro tradicional, las canciones populares, los títeres y las danzas indígenas. Este planteamiento concibe la comunicación como una herramienta para promover un desarrollo más orientado hacia la comunidad. La promoción de la participación también mejorará la acogida y el alcance de los programas y las campañas de desarrollo al transmitir sus mensajes en un idioma culturalmente apropiado (en el idioma local, con actores tales como artistas populares que son reconocidos por la comunidad local) y aumentar la retroalimentación del público hacia los especialistas (Moore 1986).

Con estos tres tipos de participación se busca maximizar el éxito de una intervención de desarrollo, diseñada a partir de los principios señalados líneas arriba. Las estrategias de participación y comunicación se reducen a un conjunto de técnicas que se usan para implementar algunas de las etapas de un programa de desarrollo o una opción metodológica de hacer un "mejor desarrollo". Las mujeres constituyen el grupo objetivo, los sujetos de la información o bien oyentes activas, que adoptarán el mensaje de desarrollo a través de la participación.

Las opiniones de la comunidad se toman en cuenta principalmente en las primeras etapas del diseño del programa. Suele ser una consulta breve y es una forma de adquirir conocimientos acerca de las condiciones de vida, las fuentes de ingresos, las jerarquías locales y las costumbres de la audiencia objetiva. En las etapas finales de difusión e implementación, la participación comunitaria supone la cooperación y aceptación del público de la campaña de desarrollo. En cuanto a la estrategia de comunicación, la participación es vista como la retroalimentación del público (es decir, la realización de encuestas que miden los conocimientos adquiridos) o, en algunos casos, la observación interactiva (realizar una discusión inmediatamente después de ver un programa). Los participantes no formulan el mensaje ni usan el equipo de comunicación.

Estos programas dependen de los medios masivos y del creciente uso de las redes de comunicación indígenas, tales como las asociaciones informales de mujeres, los medios populares (títeres, teatro y danza), la comunicación interpersonal entre los especialistas y la comunidad, y los medios de comunicación de formato pequeño (incluidas las ilustraciones y los textos educativos que se exhiben en las zonas de reunión comunitaria y las fotografías que se utilizan como referencias para el debate). Este uso de los canales indígenas refleja la creencia de que los niveles interpersonal e informal son cruciales para persuadir a las personas a cambiar. Las funciones de los medios en este contexto son legitimar la priorización del tema en el debate público, actuar como voceros de los mensajes de los especialistas y ayudar a reforzar los mensajes del proyecto (Hornik 1988).

Las estrategias que buscan empoderar a las personas para que controlen los programas rara vez aparecen en estos discursos. En última instancia, el empoderamiento es visto como la capacidad del individuo de captar la información adquirida (los alimentos nutritivos, el valor de la lactancia materna y la inmunización infantil) y de activamente buscar más información (ir a la clínica local y hablar con otras personas).

Por lo general, este planteamiento de la participación en la comunicación no cambia ni cuestiona los modos lineales de difundir información ni la jerarquía entre las aproximaciones del emisor/especialista y del receptor/grupo objetivo a este tipo de comunicación. La falta de interés en la percepción del público subraya su concepción de la participación como medio o "elemento" dentro de un programa y no como una aproximación a su diseño e implementación.

La comunicación participativa: la participación como desarrollo

En Nepal las mujeres rurales recibieron capacitación en la producción de vídeo como parte de la estrategia de comunicación de un proyecto sobre créditos para las mujeres rurales. El vídeo se utilizó en el desarrollo comunitario para incluir a las mujeres en la evaluación de necesidades y en la elaboración de planes para la producción y grabación de vídeo. Los vídeos que las mujeres produjeron fueron mostrados a otras mujeres en los talleres. Ellas respondieron muy positivamente al ver a otras mujeres usando este medio. Sintieron confianza y se dieron cuenta de que ellas también lo podían hacer. Mostrar los vídeos a la comunidad estimuló el debate y la negociación con los creadores de políticas públicas y los representantes del gobierno (véase Belbase 1988, 1989; Burkert 1989a, 1989b).

Esta aproximación surgió de una crítica a las tendencias difusionistas y de una sola vía de muchos programas de desarrollo. Señaló la importancia de concebir la comunicación para el desarrollo como un proceso participativo (Nair y White 1987b, Servaes 1989, Williamson 1991, White 1989). En esta perspectiva del desarrollo se considera que la participación trae consigo una visión del desarrollo más centrada en las personas que en el mercado.

Generalmente, los medios de información y la comunicación para el desarrollo se usan para motivar, educar y movilizar a la población objetivo para responder a los programas planificados (Kulakow, citado en Nair y White 1987a). La concentración de las estrategias de comunicación participativa es que permiten un intercambio del flujo de la información de arriba hacia abajo (instituciones y especialistas en desarrollo) y de abajo hacia arriba (las mujeres y sus comunidades). El mensaje de comunicación se define, entonces, en una interacción de dos vías, pero es controlado por la fuente de la información. La participación viene a ser una transacción entre los receptores populares y las fuentes de la información:

> «El proceso implica alterar los procesos y las estrategias de comunicación. No estamos hablando de los movimientos sociales de base populares, a la Freire, sino de los procesos de comunicación que toman en cuenta el conocimiento y autosuficiencia indígenas que se adquieren a través de una mayor información, acceso y adquisición» (Nair y White 1987c).

Nair y White han aplicado este marco a programas de producción de vídeo con mujeres rurales de Poona, en la India, y con agricultores en el condado de Washington (Nueva York), en Estados Unidos. Los participantes son capacitados para usar los equipos de vídeo y usarlos para abordar temas comunitarios. Esta participación se concibe como un continuo; los diferentes niveles de interacción en el grupo varían según el grado de actividad o pasividad de cada miembro, así como de su nivel de diálogo y participación en la producción de mensajes (Nair y White 1987a). El grupo objetivo colabora en mayor o menor medida en el proceso de construir un mensaje participativo, desde la evaluación de necesidades pasando por la producción de medios de comunicación hasta la evaluación final de la eficacia. La participación pública o popular representa una fuerza motriz en la definición de los procesos de desarrollo y la materialización del derecho a participar en las decisiones que afectan sus vidas (Carta Africana para la Participación Popular y el Desarrollo y Transformación, citada en Ansah 1992).

Si el acceso a la información se considera como absolutamente central, en este planteamiento el empoderamiento es visto como «el proceso por el cual los individuos adquieren conocimientos y capaci-

dades para tomar el control de sus vidas» (Nair y White 1987c). Se concibe el empoderamiento como un proceso que permite que los individuos se beneficien de participar en un programa de desarrollo y como medio para lograr que la población controle las fuerzas económicas y políticas (Kindervatter 1979). Sin embargo, esta perspectiva no analiza las diferencias en el poder y el acceso a los recursos en el contexto en el que ocurren las relaciones de las personas con el entorno social mayor. Más aún, al poner el énfasis en la autosuficiencia y la capacidad de los individuos de afrontar los problemas, se pasa por alto la condición estructural mayor de dependencia y dominación propia de las sociedades del Tercer Mundo.

Otro elemento que falta en este planteamiento es la multitud de diferencias de poder que se esconden tras los conceptos de población objetivo y personas. Ya ha sido planteada la pregunta: ¿quién se beneficia de la participación? No tomar en cuenta las diferencias de clase, etnicidad, patrones de organización, edad o género puede conllevar una distribución desigual de beneficios, la violación de prácticas tradicionales y la creación de conflictos (Jurmo 1980, McKee 1988, Pigozzi 1982).

La comunicación alternativa: la participación para el cambio social

En los *pueblos jóvenes* de Lima, Perú, la mayoría de los vendedores del mercado son mujeres. Son miembros de la asociación de mercados públicos; sin embargo, hasta 1985, el grupo ejecutivo de la asociación estaba conformado casi exclusivamente por hombres. Ocurrió que un miembro del directorio que estaba preocupado por la falta de interacción y difusión de la comunicación entre los miembros de la asociación invitó a las mujeres del mercado a hacer uso de los altoparlantes. Con la ayuda de una institución local de comunicaciones, un grupo de mujeres decidió usar los altoparlantes del mercado para comunicar problemas tales como el pago de impuestos, licencias de venta y la legalización del terreno. A través de novelas radiales, que fueron creadas y narradas completamente por mujeres, se recreaban y difundían historias personales en el mercado; eran historias sobre la migración a las ciudades, la falta de servicios urbanos en el barrio, las condiciones de trabajo y los conflictos internos de la asociación.

Estos programas semanales populares comenzaron a llegar a muchos otros barrios de Lima. Los programas de mujeres prestaban servicios comunitarios y apoyo a actividades de organización. Las mujeres asumieron un papel de líderes en sus comunidades, y ya para 1985 la junta directiva elegida para la asociación estaba compuesta enteramente por mujeres (para una descripción detallada véase Alfaro 1988b). A través de una variedad de movimientos sociales (para mejorar las condiciones de vida, los derechos reproductivos, los temas ambientales, la paz y los derechos humanos), las mujeres han buscado formas alternativas de comunicación para apoyar sus luchas sociales, promover y defender sus derechos, estimular la reflexión en grupo, despertar la conciencia de las mujeres respecto de su posición subordinada en la sociedad y difundir sus propias formas de representación. En este marco, las mujeres constituyen los sujetos de lucha y de cambio.

Este marco se construye alrededor de una alternativa de comunicación proactiva y de oposición que influye en el lenguaje, las representaciones y las tecnologías de la comunicación que usan las mujeres. La comunicación alternativa promueve el desarrollo de alternativas a los medios comerciales y al sistema de comunicación dominante, vertical y de una sola vía, y promueve la creación de procesos locales de participación en grupo, de solidaridad e identidad y la producción activa de significados culturales a partir de grupos oprimidos (Puntel 1992, Roncagliolo 1991). El modelo de comunicación horizontal que se propone en el planteamiento alternativo se basa en los principios de acceso comunitario a la producción de los medios de comunicación y a la toma de decisiones. Busca promover el diálogo y una comunicación cíclica que no distingue entre los emisores y los receptores. Por lo tanto, se considera que el proceso de comunicación genera un flujo multidireccional de mensajes.

En estos planteamientos la participación es vista como un elemento y como una condición para el cambio social. La participación de las mujeres en las actividades de comunicación es concebida como una forma de empoderarlas para luchar y defender sus derechos. La participación constituye una medida del control que un grupo tiene del proceso y su participación en la mayor parte, si no en todas, las etapas de planificación, diseño, producción y difusión. El empoderamiento se refiere a la capacidad y el derecho individual y colectivo de transformar e influir en el cambio. El reconocimiento de las diferencias de poder en la sociedad implica que el empoderamiento no es cuestión de que los individuos controlen las condiciones económicas y políticas, sino de que participen en movimientos sociales y luchas por la transformación de estas condiciones [...].

Un denominador común que define las prácticas alternativas de comunicación es la lucha por la democracia (Ambrosi 1991). Ambrosi define la democracia como un ejercicio de la libertad para definir la propia historia presente y futura. En el contexto de los movimientos sociales, esta concepción de la democracia es vista como un proyecto colectivo, una práctica colectiva de libertad y de gobierno por el pueblo. La democracia en las comunicaciones implica el derecho a adquirir y producir información (Gómez 1990) y la apertura de espacios para la construcción de espacios culturales populares (Alfaro 1988a).

A partir de esta perspectiva de la democracia, las aproximaciones alternativas a la comunicación consideran que la democratización de la comunicación es una lucha crucial que responderá a las necesidades de todos de transmitir y recibir información y de ver representados a sus grupos y opiniones en los medios de comunicación.

La perspectiva latinoamericana de que la democratización de la información no prosperaría sin la democratización de las sociedades es particularmente pertinente en este caso. Los latinoamericanos han sostenido que, para lograr los niveles deseados de democratización, las actividades de comunicación tendrían que implementarse en las esferas de la sociedad donde el control de la información descansa en las personas y sus organizaciones. Las sugerencias sobre la democratización contenidas en el Informe MacBride[3] nunca se podrían alcanzar si prevalecieran los sistemas de represión política, censura y de coerción de la expresión. Enfatizaban que la información y la comunicación no estaban separadas del contexto social global y que su democratización era parte de la lucha contra las estructuras opresivas (Kaplún 1984, Roncagliolo 1982).

Aquí se pueden identificar una serie de planteamientos regionales: la comunicación popular, la comunicación grupal, las aproximaciones de conciencia crítica y la acción política comunitaria. Además de promover el desarrollo de experiencias originales de comunicación participativa a nivel regional o local, estos planteamientos comparten su valoración de las inequidades y los desequilibrios inherentes a los órdenes nacionales e internacionales de la información y la comunicación. Estos planteamientos comparten y promueven las opiniones del Informe MacBride sobre los cambios que se necesitan en el orden internacional de la información y la comunicación para garantizar el intercambio horizontal y democrático de la información y la comunicación.

La comunicación popular

La comunicación popular se ha desarrollado en el Sur y, particularmente, en Latinoamérica. Las iniciativas de comunicación popular buscan datar de un lenguaje y una infraestructura a las comunicaciones de propiedad y control popular.

Esta estrategia de comunicación promueve la organización y la movilización de las mujeres para que

creen sus propios canales de expresión y manifiesten su disconformidad y demandas (Moore 1986). La Unión Popular de Mujeres de Loja, de Ecuador, es una organización popular de base que busca mejorar las condiciones de vida de sus 1.500 miembros. La asociación promueve que las mujeres se organicen para defender sus derechos y desarrollen habilidades y actividades educativas informales. La promoción de la comunicación popular entre mujeres parte del análisis de su propia realidad y lleva a la participación en luchas por cambiar su situación (Puntel 1992). La comunicación popular se refiere no sólo a los medios de comunicación, sino a la comunicación que se da entre los grupos populares (campesinos, mujeres y trabajadores).

Los medios de comunicación populares son de propiedad, producción y operación no profesional (White 1987). Las iniciativas con mujeres han utilizado una variedad de medios de comunicación, tales como los casete-foros, para presentar materiales de interés para la comunidad. Se alienta a las participantes a interactuar a partir del casete y compartir sus opiniones con el foro. Otros medios de comunicación que se han utilizado son los dibujos animados, que brindan material para la reflexión y la discusión, y las diapositivas sonoras, que sirven para que las mujeres participen en la identificación de temas, en la investigación y el desarrollo de guiones, fotografía y edición. Asimismo, se utiliza extensamente la producción en radio y vídeo de programas informativos, documentales, dramas y foros que tratan temas de mujeres (salud, violencia contra la mujer y los derechos humanos), información local y otros conflictos.

Los procesos de comunicación popular son considerados procesos participativos comprometidos con la organización social y la movilización. La metodología de la comunicación popular a nivel local parte de un análisis de la situación histórica del individuo. El análisis de la realidad histórica trae consigo, y transforma, el conocimiento y la conciencia individual que llevan a la acción y, por lo tanto, a la participación en las luchas y movimientos sociales. Estos planteamientos son utilizados por las organizaciones populares de base tales como las comunidades cristianas, los sindicatos, las asociaciones campesinas, los grupos de mujeres, las asociaciones de ciudadanos, los movimientos sociales y las ONG progresistas.

Medios de comunicación grupales

El concepto de medios de comunicación grupales ha sido utilizado ampliamente en Latinoamérica, África y Asia, especialmente en Filipinas y la India. Los medios grupales se refieren al uso de carteles, diapositivas sonoras, dibujos animados, casetes de audio y periódicos rurales desarrollados por grupos pequeños. La meta principal de los medios grupales es fomentar la interacción grupal a través de la producción de medios y comunicación acerca de las situaciones de vida de los miembros del grupo y el intercambio de experiencias personales. Este intercambio ayuda a los medios de comunicación grupales a identificar las tareas y acciones comunes (Ambroise 1987, Muller 1987). En Filipinas, por ejemplo, los medios comunitarios y grupales se han utilizado para ofrecer sistemas alternativos al llevar la información difundida por los medios masivos varios pasos más allá mediante una explicación de cuál es su impacto en la vida de la gente (Muller). Para que esto ocurra se debe contar con grupos pequeños, unidos y activos.

Las metodologías de medios grupales y de conciencia crítica aplican estrategias y métodos similares, basados en las metas individuales y grupales en cuanto a la liberación de su condición oprimida. Evolucionaron a partir del método de la concientización, que consiste en llevar al individuo a reflexionar críticamente sobre sus condiciones y situación de vida. Sobre la base del planteamiento de Freire y la teología de la liberación, el trabajo educativo y de comunicación es visto como un despertar de la conciencia del individuo acerca de su situación de opresión a través de la animación y activación de la comunidad o del proceso de organización y cambio social (Freire 1970, Muller). El reconocimiento de la opresión lleva al individuo y al grupo a convertirse en agentes de cambio, a romper con la cultura del silencio y a participar en acciones sociales e iniciativas grupales.

Deza (1989) ha descrito este proceso en una comunidad filipina de pescadores. Como parte de una estrategia de organización comunitaria, un centro local de comunicación utilizó medios grupales, tales como carteles y diapositivas sonoras para apoyar la organización comunitaria y brindar herramientas para la reflexión. La comunidad de pescadores, que se enfrentaba a una degradación de sus condiciones de vida, fue invitada a producir las diapositivas sonoras con la ayuda del centro local. Deza describió cómo este proceso de producción de medios se volvió un proceso de concientización. Luego de una etapa inicial apática, el grupo pasó a participar en la identificación de los problemas de la comunidad planteados por las diapositivas sonoras. Los participantes se volvieron precríticos al identificarse como parte del problema así como de su solución, con lo que pasaron a una etapa de liberación en la que expresaron su compromiso con la organización comunitaria. Este proceso de crecimiento fue paralelo al proceso por el cual el grupo desarrolló el mensaje y el producto final mediático.

Estos planteamientos han sido muy comunes entre las comunidades cristianas, los grupos de educación para adultos, las campañas de alfabetización y las iniciativas de organización comunitaria liderados por activistas socialistas y marxistas. Sin embargo, el énfasis está en el uso de la participación en la comunicación para incrementar la conciencia individual y grupal y promover las habilidades y el análisis crítico. En este contexto, las prácticas de comunicación se caracterizan por ser de *oposición*; contribuyen a la articulación de una conciencia sobre las realidades oprimidas y el silencio del individuo y hacia la movilización de la gente. Estos procesos permiten el aprendizaje de un lenguaje que libera la palabra y el mundo de los oprimidos.

Los medios de comunicación comunitarios

La comunicación participativa para la acción política comunitaria propone brindar los medios para expresar las reclamaciones y protestas de las comunidades, y para la defensa de sus derechos. En 1981, los habitantes del pequeño pueblo de Cardedeu crearon la primera televisión local de Cataluña. Hoy, grupos ciudadanos han creado 94 estaciones de televisión que actúan como redes que articulan diversos grupos comunitarios, brindan información alternativa y promueven y desarrollan el idioma catalán y la identidad cultural catalana. Sobre la base de principios de flexibilidad, informalidad y pluralismo, las estaciones de televisión son utilizadas por una serie de grupos sociales: ciudadanos de la tercera edad, mujeres, niños, artistas, activistas políticos y ambientales e inmigrantes latinoamericanos y africanos (véase Rodríguez 1990).

Los medios de comunicación comunitarios han sido desarrollados principalmente en Norteamérica y Europa. El concepto de medios comunitarios fue definido por Lewis (1984) como «comunicación para el ejercicio de la democracia, que respeta los derechos de las personas como sujetos y participantes en las acciones y procesos que utilizan los medios comunitarios». Lewis también señaló que el concepto de comunidad que se utiliza en este planteamiento surgió a mediados de los sesenta en el mundo occidental industrializado, cuando los estados capitalistas «podían permitirse tolerar y contener las iniciativas de descentralización».

Los medios comunitarios ofrecen una alternativa y una expansión frente a los servicios de los medios comerciales masivos o del Estado. El acceso y la participación son las dos reglas principales de la producción de medios comunitarios, y están relacionadas específicamente al concepto del ciudadano en la esfera pública y su capacidad y derecho a acceder a sistemas de medios de comunicación a manera de recursos públicos.

En este planteamiento, la participación se asocia principalmente con el acceso a los medios de comunicación y es vista como una manifestación de la democracia. La participación implica que el público participa tanto en la producción como en la gestión de estos sistemas de comunicación, incluidas la toma de decisiones y la planificación (Kennedy 1989; Lewis). Sin embargo, esta concepción del acceso y la participación implica que los posibles públicos estarán en condiciones igualitarias de acceso a los medios. Este supuesto no toma en cuenta las condiciones específicas y marginadas de muchos grupos sociales, tales como su falta de conocimiento sobre las organizaciones de medios de comunicación y el poder económico y social y la falta de habilidades de comunicación y capacidades profesionales necesarias. Jankowski, Yos y Brouwer (1989) presentaron la idea de acceso positivo para equilibrar esta situación. Esta idea reconoce la desigualdad en el acceso y se concentra en identificar, dar prioridad y capacitar a los grupos marginados.

Las experiencias que se reseñan aquí plantean una serie de preguntas respecto del planteamiento de la comunicación alternativa e identifica algunos vacíos y limitaciones en la forma de tratar los temas de género, culturales, raciales y de clase. Por ejemplo, el entusiasmo por el potencial "empoderador" de las prácticas de comunicación participativa ha propiciado una visión de la participación como estrategia de salvación que operativiza las alternativas de comunicación y activa la conciencia. El peligro que conlleva esta perspectiva es que instrumentaliza la participación y reduce el empoderamiento a un fin en sí mismo, a la vez que ignora las dimensiones de poder y conflicto en las que se dan y negocian los procesos participativos (Lozare 1989).

Otro problema surge de los principales objetivos de estos planteamientos, que se definen en términos de resultados no tangibles, tales como el aprendizaje, la concientización, etc. Estas experiencias tienden a ser débiles en cuanto a promover acciones sociales para mejorar las condiciones económicas y lograr cambios tangibles (La Belle 1987). En vista del deterioro de las condiciones de vida y las crisis sociales en muchas partes del Tercer Mundo y para los pobres y la clase trabajadora en el Norte, esta falta de articulación entre las metas educativas y los cambios tangibles podría reducir la confianza de los participantes o las comunidades en los beneficios de un proceso participativo. La crisis mundial que crea un ensanchamiento de la brecha entre los ricos y los pobres, una mayor represión estatal de los movimientos sociales y la incapacidad de los Estados de responder a las necesidades de su electorado, la magnitud de la crisis ambiental y de salud, el aumento de los enfrentamientos en torno a conflictos étnicos y territoriales y las condiciones rápidamente cambiantes de la vida cotidiana continuamente desafían las asociaciones simplistas y formulan nuevos dilemas para el uso de conceptos tales como los de empoderamiento y participación.

A medida que se desarrollan y evolucionan los procesos grupales de producción de medios y de comunicación, se vuelven más problemáticos los usos y el potencial de la participación. Por ejemplo, Alfaro sostiene que el desarrollo de habilidades de liderazgo a nivel popular y la aparición de las voces de los marginados en el discurso público no son necesariamente indicadores de una auténtica participación popular. Se deben analizar con mayor profundidad los modelos de liderazgo que se reproducen para, por ejemplo, analizar si el ejercicio del liderazgo en el movimiento de mujeres es democrático, cuál es el contenido de los discursos populares, la naturaleza de las representaciones que transmiten las mujeres en las comunicaciones que producen, las formas en las que los líderes y movimientos usan y controlan los medios de comunicación y la forma en que los intermediarios intervienen y asumen o manejan sus diferencias (de género, raza, clase y estatus social) en el proceso.

La comunicación feminista: el género en la comunicación participativa

El género no se ha tomado en cuenta como una dimensión analítica en los planteamientos arriba mencionados (véanse McAnany y Storey; Nair y White 1987a, 1987b, 1987c; O'Connor 1989; Riaño 1990, 1991). Las referencias al género se limitan a identificar el género de los participantes y a describir la posición subordinada de las mujeres en sus comunidades y sociedades. No se ha analizado seriamente el impacto del género sobre la naturaleza de la participación ni la producción de la comunicación ni las experiencias de subordinación de los hombres.

Aunque gran parte del trabajo de comunicación de los grupos de mujeres y feministas se inspira en la comunicación alternativa (Steiner 1992), su trabajo se distingue por la inclusión de la perspectiva de género. Esta perspectiva influye no sólo en sus metas y agendas, sino también en sus estrategias y metodologías de comunicación [...].

Las publicaciones de mujeres de color en Estados Unidos ofrecen un análisis del racismo y la opresión de clase y género desde la perspectiva de la negra, la hispana, la asiático-americana, la indígena americana, la nativa de Alaska y la nativa de las islas del Pacífico. Utilizando una estructura colectiva y una variedad de formatos, tales como boletines informativos, revistas y folletos, las mujeres que dirigen estas publicaciones son mujeres de color que publican para mujeres de color (Kranich 1989). La participación de las mujeres en este marco se relaciona con las metas de enriquecer los procesos utilizados para deliberar sobre los temas de género, raza, clase y otras formas de opresión. También implica la negociación de una representación justa y una participación equitativa de las mujeres, el reconocimiento de las diversas voces de las mujeres y la defensa y construcción de la identidad.

En estos planteamientos, la participación en proyectos de comunicación y la producción de medios de comunicación es vista como un proyecto de "nombrar" las experiencias e identidades propias. La participación enriquece el proceso de hacer público, de hablar sobre la opresión que enfrentan como personas individuales y como miembros de un grupo y la realización de acciones diseñadas para lograr el cambio social (Kidd 1992). La participación también se refiere a un proyecto de inclusión que reconoce las diferencias de raza, género, clase y orientación sexual. El empoderamiento implica la transformación de las mujeres como sujetos sociales de lucha y productoras activas de significado [...].

Notas

1 Durante la década de 1990 se hizo necesario reformular el debate sobre la democratización en vista de los cambios económicos, sociales y políticos, los cambios en las políticas de comunicación de la UNESCO y la evaluación crítica de la falta de avances significativos hacia la democratización de las comunicaciones en la década anterior. Tal reformulación requiere, ante todo, que el debate pase de agendas institucionales sobre las políticas de comunicación del Estado hacia una perspectiva de base popular. Este cambio básicamente implica el surgimiento de una visión alternativa de las comunicaciones y la democracia en la sociedad. Dentro de esta perspectiva, la democracia se genera a través de la interacción activa y dinámica entre las personas, los movimientos sociales, las instituciones y las industrias culturales.

2 En su análisis de los tópicos rectores para la investigación y práctica de la comunicación para el desarrollo, McAnany y Storey (1989) sostienen que la participación es sintética, porque abarca a los individuos y a los sistemas sociales en los que viven e interactúan. Este estudio aplica esta concepción de la participación: reconozco las prácticas individuales y grupales como parte de procesos sociales mayores y no como acciones aisladas.

3 En 1977 la UNESCO creó una comisión encargada de los problemas de la comunicación y del flujo de la información. Esta comisión produjo el Informe MacBride, que detectó una distribución desigual en el flujo de información, la concentración de la propiedad de las industrias de los medios de información y la necesidad de promover un flujo de la información más libre y equilibrado. El informe sostuvo que era necesario crear un nuevo orden mundial de la información y la comunicación e hizo un llamado a las instituciones estatales y de medios de información a que posibiliten su desarrollo por medio de la implementación de políticas públicas democráticas y la creación de agencias nacionales de noticias (véase Puntel 1992, Roncagliolo 1992).

Bibliografía citada

Alfaro, R. (1988a). "Producers of Communication: What is the Proposition?" en *Group Media Journal*, 7 (2).

Alfaro, R. (1988b). *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra. Una experiencia de educación popular y comunicación con mujeres.* Lima, Calandria.

Ambroise, R. (1987). "Towards a Dynamic Group Media Training Strategy" en *Group Media Journal*, 6 (3).

Ambrosi, A. (1991). "Alternative Communication and Development Alternative" en Thede, N. y Ambrosi, A. (eds.) *Video the Changing World.* Montreal, Black Rose.

Ansah, P. (1992). "The Right to Communicate: Implications for Development" en *Media Development*, 39 (1).

Belbase, S. (1988). "Video Survey: Do Rural People Learn from Video?" en *Media Asia*, 15 (2).

Belbase, S. (1989). "Participatory Communication for Development: How Can We Achieve It?". Trabajo presentado en el Seminario sobre Participación: Un concepto clave para el cambio y el desarrollo. India, Universidad de Poona.

Bernard, A. (1991). "Learning and Intervention: The Informal Transmission of Knowledge and Skills of Development" en IRDC (eds.) "Perspectives on Education for All". Informe manuscrito. Ottawa, Canada, IRDC.

Burkert, C. (1989a). "Videoletters in an Ancient Land" en *Development Forum*, 14.

Burkert, C. (1989b). "Videoletters" en *Development Communication Report*, 1 (64).

Deshler, D. y Sock, D. (1985). "Community Development Participation: A Concept Review of the International Literature". Trabajo presentado en la Liga Internacional para el Compromiso Social en la Educación para Adultos. Suecia.

Deza, A. (1989). "Media Production and the Process of Becoming in the Context of Community-Building". Trabajo presentado en el Seminario sobre Participación: Un concepto clave para el cambio y el desarrollo. India, Universidad de Poona.

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed.* New York, Continuum.

Gómez, R. (1990). "Popular Video in the Democratization of Communication". Manuscrito sin publicar. Universidad de Montreal.

Griffiths, M. (1990). "How to Improve Child Well-Being? First Increase Mother's Self-Confidence" en *Development Communication Report*, 79 (3).

Hornik, R. (1988). *Development Communication. Information, Agriculture and Nutrition in the Third World.* New York, Longman.

Jankowski, N.; Vos, K. y Brouwer, W. (1989). "Training Dutch Citizen Groups in Video Production Techniques" en *Media Development*, 4 (22).

Jurmo, P. (1980). "Participation: Do Villagers Really Want It?" en *Reports Magazine*, 21 (20).

Kaplún, M. (1984). *Comunicación entre grupos. El método del cassette foro.* Ottawa, IDRC.

Kennedy, T. (1989). "Community Animation. An Open-Ended Process" en *Media Development*, 36 (3).

Kidd, D. (1992). "Alternate Media, Critical Consciousness and Action: The Beginnings of a Conversation About Women and Grassroots Media". Manuscrito sin publicar. Burnaby, Canada, Simon Fraser University.

Kindervatter, S. (1979). *Non-Formal Education as an Empowering Process.* Amherst, University of Massachusetts, Center for International Education.

Kranich, K. (1989). "Celebrating Our Diversity. Women of Color Periodicals: 1968-1988" en Allen, M. *Directory of women's media*. Washington, D. C., Women's Institute of the Freedom of the Press.

La Belle, T. (1987). "From Consciousness Raising to Popular Education in Latin America and the Caribbean" en *Comparative Education Review*, 31 (2).

Lewis, P. (ed.) (1984). *Media for People in Cities. A Study of Community Media in the Urban Context.* Paris, UNESCO.

Lozare, B. (1989). "Power and Conflict: Hidden Dimensions of Communication, Participative Planning and Action". Trabajo presentado en el Seminario sobre Participación: un concepto clave para el cambio y el desarrollo. India, Universidad de Poona.

McAnany, E. y Storey, D. (1989). "Development Communication: A Reappraisal for the 1990's". Trabajo presentado en la División Internacional e Intercultural de la 39° Conferencia Anual de la Asociación Internacional de Comunicación. San Francisco.

McKee, N. (1988). "Social Marketing in International Development: A Critical Review". Tesis de maestría sin publicar. Florida State University.

Moore, S. (1986). "Participatory Communication in the Development Process" en *The Third Channel*, 2 (2).

Muller, K. (1987). "The Group Media in the Next Five Years" en *Group Media Journal*, 6 (3).

Nair, K. y White, S. (1987a). "Participation is the Key to Development Communication" en *Media Development*, 3.

Nair, K. y White, S. (1987b). "Participatory Message Development: A Conceptual Framework". Trabajo presentado en el Seminario Internacional de Comunicación para el Desarrollo, Instituto Nacional de Desarrollo Rural. Rajendranagar, Hyderabad, India.

Nair, K. y White, S. (1987c). "A Conceptualization of Development Communication Concepts". Trabajo presentado en Communication and Change: An agenda for the New Age of Communication. Honolulu, Hawaii, East-West Center.

O'Connor, A. (1989). "People's Radio in Latin America-A New Assessment" en *Media Development*, 2.

Pigozzi, M. (1992). "Participation in Non-Formal Education Projects: Some Possible Negative Outcomes" en *Convergence*, 15 (3).

Protz, M. (1991). *Seeing and Showing Ourselves: A Guide to Using Small-Format Video as a Participatory Tool for Development.* Center for Development of Instructional Technology.

Puntel, J. (1992). "The Catholic Church and the Democratization of Communication in Latin America". Tesis doctoral sin publicar. Burnaby, Canada, Simon Fraser University.

Riaño, P. (1990). "Enpowering through Communication: Women's Experiences with Participatory Communication in Development Process". Informe manuscrito 278e. Ottawa, Canada, IDRC.

Riaño, P. (1991). "Myths of the Silenced: Women and Grassroots Communication" en *Media Development*, 38 (2).

Rodríguez, C. (1990). "Media for Participation and Social Change: Local Television in Catalonia" en *CommDev News*, 4-10.

Roncagliolo, R. (1982). "El NOMIC: Comunicación y poder" en *Chasqui*, 3.

Roncagliolo, R. (1991). "Notes on *The Alternative*" en Thede, N. y Ambrosi, A. (eds.) *Video the Changing World.* Montreal, Black Rose.

Sénécal, M. (1991). "The Alternative Search of its Identity" en Thede, N. y Ambrosi, A. (eds.) *Video the Changing World.* Montreal, Black Rose.

Servaes, J. (1989). "The Role and Place of Research in Participatory Communication Projects". Trabajo presentado en el Seminario de Participación: Un concepto clave para el cambio. India, Universidad de Poona.

Steiner, L. (1992). "The History and Structure of Women's Alternative Media" en Rakow, L. (ed.) *Women Making Meaning. New Feminist Directions in Communications.* New York, Routledge.

White, R. (1987). "From Group Communication to *Comunicación Popular*". Documento de debate preparado para la Junta de Consultores de Sonolux. Londres, Centro del Estudio de Comunicación y Cultura.

White, S. (1989). "Participation: A Key Concept in Communication for Change and Development". Documento informativo para el Seminario de Participación: Un concepto clave para el cambio. India, Universidad de Poona.

Williamson, H. A. (1991). "The Fogo Process: Development Support Communication in Canada and the Developing World" en Casmir, F. L. (ed.) *Communication in Development*. Hilldale, New Jersey, Ablex.

Yacoob, M. (1990). "Women and Water: The Bucket Starts Here" en *Development Communication Report*, 70 (3).

Riaño, Pilar (1994). En Riaño, P. (ed.) *Women in grassroots communication. Furthering Social Change*. London, Sage Publications. Reproducción autorizada por la editorial.

Los medios pequeños y el cambio revolucionario: un nuevo modelo

Extracto de *Medios pequeños, gran revolución: comunicación, cultura y la revolución iraní*

Annabelle Sreberny-Mohammadi
Ali Mohammadi

La dinámica particular de la revolución iraní y los muchos sucesos políticos imprevistos de las últimas décadas sugieren una necesidad y nos ofrecen la base para un nuevo modelo de movilización revolucionaria contemporánea, bastante distinto de la dinámica anterior del levantamiento revolucionario. La cultura mediática se ha convertido en parte de la secuencia causal de la crisis revolucionaria, así como en central para el proceso revolucionario.

Todos los movimientos revolucionarios son procesos creativos en evolución que escriben sus propios libretos, aun cuando se inspiren en movimientos revolucionarios anteriores. Esto se ha dado particularmente en los movimientos políticos no occidentales que se desarrollaron al interior de estructuras estatales represivas desde la década de 1970. No había ningún precedente para estos movimientos, ningún modelo que se pareciera a las condiciones que existían en el Tercer Mundo en la década de 1970 ni en Europa Oriental en la década de 1980. Más aún, estos sistemas represivos, dominados ya sea por un partido, por un monarca o por un dictador autoproclamado, eran de tal naturaleza que se habían bloqueado la mayoría de oportunidades de actividad política normal formalmente organizada, de modo que una transformación política parecía prácticamente imposible.

Sin embargo, de pronto, hacia fines de los años 1970, hubo revoluciones en Irán y en Nicaragua, movilización popular en las Filipinas y, luego, una década después, el colapso de la Unión Soviética y los levantamientos sin precedentes en Europa Oriental. Todos los procesos revolucionarios son procesos políticos, haya o no causas o demandas económicas subyacentes. Por lo tanto, todas las revoluciones también son procesos de comunicación, trátese de la articulación de ideologías y demandas a veces contrapuestas, el desarrollo de dirigentes y seguidores, la circulación de información, las exhortaciones a la participación y la movilización. La mitología popular puede pensar en el asalto a la Bastilla como el acto revolucionario pero, en realidad, mucho de la politización y argumentación, de las lecturas y escritos, de la persuasión y las críticas que ocurrieron antes fueron tanto o más "políticas" que los actos dramáticos finales de violencia.

Rara vez se ha pensado en la revolución en términos de la comunicación. Sólo recientemente, por ejemplo, con el auge de publicaciones que no sólo celebran sino que también replantean la Revolución Francesa de 1789, se ha colocado a los foros mediáticos y las redes de comunicación en el centro de este análisis. Darnton y Roche (1989) escriben que los historiadores, en general

> «han tratado a la palabra impresa como un registro de lo que sucedió, en lugar de un ingrediente del suceso. Pero la prensa ayudó a dar forma a los acontecimientos que registró. Fue una fuerza activa en la historia [...]. Nunca hemos intentado entender cómo el medio de comunicación dominante en el país más poderoso de Occidente contribuyó a la primera gran revolución de los tiempos modernos».

En el mundo contemporáneo los medios forman parte de los problemas políticos y de las soluciones, elementos esenciales de las estructuras políticas represivas y también vehículos para su caída. Los Estados pueden usar los medios para establecer sus definiciones de lo político, sus versiones de la historia; forman parte del aparato ideológico estatal, de las fuerzas represivas. Al mismo tiempo, los medios pueden ser las herramientas de la movilización popular, mantener historias alternativas y fomentar una cultura de oposición. En resumen, constituyen los recursos y las formas de expresión de los movimientos populares. Especialmente en los regímenes represivos, donde no parece haber un espacio público para la actividad "política", los medios fomentan la politización de lo "cultural". Los medios ya no se pueden (si alguna vez se pudo) dejar fuera del análisis del proceso de transformación política conocido como revolución. Timothy Garton Ash (1990) escribió del año revolucionario de 1989 que «en Europa a fines del siglo veinte, todas las revoluciones son telerrevoluciones». El tema es cómo ciertos tipos de medios pueden funcionar para apoyar la movilización popular, especialmente en contextos represivos.

El problema de definir los "medios pequeños"

El término "medios pequeños" se ha popularizado para abarcar diversos tipos de alternativas mediáticas a los sistemas de difusión dirigidos por el Estado, pero la definición de los medios no masivos nunca ha sido muy precisa. Desde los intentos de Schramm (1972) de definir los medios "grandes" y los "pequeños", hasta las definiciones de "medios grupales" (*Media Development* 1981), "medios comunitarios" o "medios radicales", lo crucial ha sido la conceptualización de estos medios como fenómenos participativos públicos no controlados por los grandes Estados ni las grandes empresas. Por lo tanto, la diferencia entre "grande" y "pequeño" no puede depender de tipos particulares de tecnologías ni tampoco de sus audiencias putativas, sino más bien de la manera en que se usan todas las tecnologías. Hasta los medios de difusión podrían tener otra forma, como sugirió Brecht en 1932:

> «La radio se debe transformar de un sistema de distribución en un sistema de comunicación. La radio sería el mejor aparato de comunicación posible en la vida pública, una vasta red de conductos. Es decir, lo sería si supiera no sólo recibir sino también transmitir, dejar que el escucha hable además de escuchar, llevarlo a formar parte de una relación en lugar de aislarlo. Sobre la base de este principio, la radio debe salir del negocio de proveer y organizar a sus escuchas como proveedores».

Ése es un modelo activista para el "uso emancipador" de los medios (Enzensberger), que se centra en la participación popular en lugar de en la producción profesional, en la comunicación horizontal más que en la vertical, y en la participación activa en la creación de significados más que en la absorción pasiva de una cultura y valores mediatizados por los medios masivos. Por supuesto, en las democracias occidentales existen muchas y diversas formas participativas sin fines de lucro organizadas localmente, tales como los periódicos gratuitos, los canales de radio y televisión comunitarios, los vídeos ciudadanos, las computadoras comunitarias, etc. (por ejemplo, Jankowski y otros 1992). Dichos proyectos de medios son elaborados por grupos de presión, organizaciones políticas, aficionados de la contracultura y comunidades y grupos minoritarios locales.

Estos medios participativos alternativos no sólo satisfacen la demanda de contenidos diferentes —ya que satisfacen gustos, intereses y orientaciones insatisfechos por los productos de los medios masivos y que a veces desafían dichos productos—, sino que también son vehículos de participación directa en el proceso de comunicaciones mediáticas y de extensión de las voces de grupos e ideas que, de lo contrario, no se oirían. El mismo hecho de la existencia de este entorno de medios no masivos es una medida de la vitalidad de una sociedad democrática. Downing (1984) resalta la importancia de los medios disonantes autogestionados que «han presentado una

verdadera alternativa a los patrones mediáticos tanto de Occidente cuanto de Oriente».

El tipo de uso de los medios aquí descrito podría estar incluido en el término «comunicación pública» de Fathi (1979). Esto desplaza el foco de atención hacia una esfera autónoma de actividad independiente del Estado: la producción popular de mensajes, un público que deviene en ser y expresa su propia "opinión" en oposición a voces orquestadas por el Estado; hacia el uso de canales y tecnologías fácilmente accesibles y disponibles; y, hacia mensajes que, en general, se producen y distribuyen con libertad, a diferencia de la producción empresarial privada con fines de lucro o del control de las organizaciones estatales. Jankowski y otros llaman a esos medios "la voz del pueblo", aunque más apropiado sería "las voces del pueblo". En todo el presente trabajo, los términos "comunicación pública" (a diferencia de la comunicación estatal o privada) y "medios pequeños" (en oposición al poder de los "medios grandes" de los Estados o las empresas) se utilizarán indistintamente para abarcar el amplio espectro de recursos culturales en diversos contextos, susceptibles de ser utilizados para concienciar, politizar y movilizar a los movimientos revolucionarios populares.

Los canales alternativos y el reto político

El reconocimiento del poder de los medios pequeños en los movimientos políticos ha tardado en llegar, lo cual no significa que se trate de un fenómeno nuevo. Por el contrario, se ha recurrido a una enorme gama de canales en una variedad de contextos históricos para agitar, politizar y movilizar.

La prensa ha desempeñado un papel esencial como agente de cambio social y de política democrática en Occidente, por ejemplo en la guerra civil inglesa y en las revoluciones de Estados Unidos y Francia. Tal como se ha documentado extensamente (entre otros, Habermas 1989), el surgimiento de una "esfera pública" dependió mucho de los materiales impresos y sugiere una relación crucial entre el saber leer y escribir, la participación política y la democracia. No obstante, el Tercer Mundo ha pasado por un proceso muy diferente, ya que a menudo el apoyo estatal a los medios electrónicos ha sido mayor que su apoyo a la alfabetización universal.

En algunas revoluciones del siglo XX, una organización partidaria formal ha sido la portadora principal de la ideología revolucionaria, con un énfasis fuerte en una autoridad carismática. Tanto la revolución soviética como la china usaron formas innovadoras de movilización y adoctrinamiento; la propaganda de Trotsky y la rápida producción del cine soviético, el pequeño libro rojo de Mao y las óperas de Madame Mao, el uso de la poesía política y de carteles (*tatzepao*) son todos muy conocidos.

En el desarrollo contemporáneo de los movimientos populares contra Estados fuertes, enfrentamos un nuevo modelo de movilización revolucionaria. Su modo de participación es extensivo, de masas, pero de bajo perfil; su ideología es populista y profundamente antiestatal. Más aún, ese ingrediente constituye el pegamento para la solidaridad populista que se hace evidente rápidamente. La mayoría de los grupos de la sociedad llegan a la convicción de que el primer paso necesario para el cambio es la eliminación o alteración fundamental de la estructura estatal existente. En Irán —donde el despotismo monárquico del Sha se asociaba al neocolonialismo y la dependencia de Occidente— el concepto de antioccidentalización fue un concepto ideológico clave.

Las formas de organización son creativas y espontáneas, y están fundamentadas en una combinación de medios pequeños y redes tradicionales, en lugar de en partidos formales o sindicatos organizados. La dinámica es predominantemente urbana. Las demostraciones masivas recientes en Beijing, Berlín Oriental, Bucarest, Budapest y Praga no se han producido en las zonas rurales alejadas. Los activistas

dirigentes y los principales participantes eran estudiantes e intelectuales (como en Irán, la República Popular China, Checoslovaquia y Rumania), y no campesinos. En los casos de Irán, las Filipinas y Polonia, las organizaciones religiosas y la dirigencia religiosa también fueron importantes. Si bien integrantes de la clase trabajadora urbana participaron en las demostraciones y mítines masivos, sus organizaciones no fueron medulares para el proceso. En realidad, sólo en Polonia una forma más antigua de organización política, un sindicato de trabajadores, evolucionó y se convirtió en la estructura de mayor envergadura—Solidaridad—, que desempeñó un papel crucial en una lucha que duró mucho más que varios de los sucesos precipitados de 1989. Estos movimientos sugieren nuevas formas de solidaridad populista en aras de un cambio político mayor, por lo menos temporalmente, aunque muchas de estas coaliciones endebles se dividen tan pronto se logra la inmediata y compartida meta común.

En todos estos recientes movimientos, la distribución de diversos tipos de medios pequeños y la capacidad de producir y diseminar mensajes, a menudo a través de medios electrónicos, fueron cruciales. Por lo tanto, estos movimientos reflejan cierto nivel de desarrollo económico y de distribución de productos de consumo duraderos, incluso en contextos de dislocación y escasez económica extrema, como en los casos de Polonia y Rumania. A menudo, estos equipos de comunicación han entrado de contrabando, en contra de los reglamentos estatales vigentes. Este proceso también podría simplemente implicar un cambio en el uso de los medios comunes y corrientes: de tener fines principalmente de entretenimiento a una función de centros de persuasión y movilización política. Estas situaciones reflejaban Estados fuertes con fuerzas desarrolladas de coerción y persuasión, y medios masivos poderosos controlados centralmente, sin casi ninguna posibilidad de movilización política alternativa. La dinámica final de la movilización populista en estas circunstancias fue comparativamente breve, pero inmensamente poderosa, a menudo no sofocada sino más bien alimentada por la violencia del régimen contra los participantes.

Los medios pequeños y la movilización revolucionaria

En esta sección sugeriremos algunos de los problemas que un modelo de medios pequeños debe resolver para ayudar a dilucidar y explicar su papel crucial en la movilización política en contextos represivos.

Los medios pequeños como espacio público político

«El muro es la voz de un pueblo gritando».
Omar Cabezas (citado en Mattelart 1986).

La esencia de las sociedades represivas radica en que la actividad política se restringe severamente y, como parte de dicha restricción, se controla la comunicación pública. Aunque hay diferencias analíticas importantes entre los sistemas unipartidistas y los sistemas autoritarios, en la práctica la experiencia reciente de vivir en ambos ha sido asombrosamente similar, particularmente con la evolución de sofisticadas tecnologías informáticas de vigilancia y de las grandes burocracias modernas. En China y Europa Oriental ha dominado el partido comunista único, que definía la esfera política, operaba los medios masivos controlados por el Estado y dirigía las redes súper eficientes de la policía secreta.

En Irán, una dictadura monárquica creó el partido político único, los medios masivos eran controlados por el Estado y la policía secreta, la SAVAK, vigilaba toda la actividad pública. A veces, los sistemas unipartidistas se han visto como altamente "movilizados", pero un análisis más preciso revela un cuadro de personas altamente movilizadas y motivadas, los miembros del partido (que a menudo constituyen no más del 15% de la población) y el resto de la

población. En Irán, el nivel de movilización política era muy bajo hasta que el Sha cambió de estrategia, a mediados de la década de 1970, desarrolló un solo partido e intentó una movilización popular, pero le salió el tiro por la culata. En contextos como estos, de grandes aparatos estatales y grandes medios de comunicación, las posibilidades de los elementos más familiares de organización política participativa democrática —los grupos y partidos políticos, los sindicatos y los grupos de interés con sus reuniones regulares y abiertas, y una prensa o medios electrónicos políticamente independientes— eran absolutamente limitadas.

Tal como afirmó Barrington Moore (1978), «para que una transformación social y moral se ponga en marcha, parece haber un prerrequisito que sirve de base para todo [...] *un espacio social y cultural* en el orden imperante». En Irán, sin embargo, parecía que no existía una esfera pública de debate participativo autónomo dirigido por la ciudadanía que funcionara independientemente. Esta esfera es fundamentalmente un entorno de comunicación en el que las personas pueden expresar su opinión, reunirse para debatir y hacer política libremente. No obstante, se desarrolló una resistencia política en alguno de los intersticios y grietas de dichos sistemas. Pero, ¿dónde? Allí radica el potencial de los medios pequeños para actuar como recurso de resistencia, una herramienta de movilización revolucionaria, abriéndose paso y ocupando ese "espacio" de oposición.

Como lugares potenciales de lucha, como portadores de las formas ya conocidas de comunicación y de sistemas de símbolos, como estructuras incorporadas en la vida cotidiana muy difíciles de controlar, los medios pequeños y la resistencia cultural ofrecen suelo fértil. Los medios funcionan como "espacio virtual" que conecta temporalmente a las personas a través del uso de material impreso compartido, lemas visuales o difusiones electrónicas. En situaciones en las que a las personas se les niega una solidaridad somática —la de reunirse físicamente, hacer manifestaciones, marchar—, los medios pequeños pueden ayudar a fomentar una solidaridad social imaginativa, a menudo como precursores de la movilización física real. Por lo tanto, son recursos de vital importancia para la movilización.

Si el partido fue el medio de cambio político en Rusia en 1917 y en China en 1949, también fue el principal medio de control y ortodoxia política en los regímenes comunistas. Dada la estructura vertical burocratizada y masiva del partido, con su enorme alcance en la vida cotidiana que se desarrolló en ambas sociedades, la oposición en dichos sistemas debía ser particularmente sutil y creativa. En el mundo comparativamente silencioso del socialismo estatal, los medios pequeños han sido cruciales para el restablecimiento de "vínculos horizontales" contra la "pirámide soviética" (Liehm, citado en Downing).

En Europa Oriental, así como en la Unión Soviética, el contrapunto a la vigilancia estatal y los medios controlados por el Estado eran las redes poderosas de *sarnizdat* y *magnetizdat*. Los materiales ocasionales, de poca circulación y precariamente producidos eran, en ese contexto de alto nivel de censura, de relevancia política directa en el desarrollo de una esfera pública. «Libros, periódicos que aparecían irregularmente, boletines de noticias casi ilegibles, conferencias pasadas a máquina de escribir, reuniones "públicas" de 80 personas apretujadas en un solo apartamento, conferencias "públicas" a las que asistían 120 personas: éstas son reconstrucciones poderosas de una esfera pública de oposición» (Downing).

A veces, la reivindicación de un espacio público real es más abierta. Tal como demuestran Rothschuh Villanueva y Cabezas respecto de Nicaragua (en Mattelart), diversas formas de expresión cultural indígena se convirtieron en parte de la oposición cultural popular. Los muros de las calles de las ciudades se transformaron en los lienzos de un movimiento político, en el medio de comunicación de las masas, así como en vehículos para que grupos políticos organizados se comuniquen con las masas, dándole una voz al pueblo. Era peligroso ser atrapado creando estos mensajes públicos pero, generalmente, los guardias pintaban sobre los lemas o los tapaban con alquitrán, y luego se volvían a pintar. «Los medios de comunicación fundamentales del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN) con las masas eran los folletos, las hojas volantes, las pintas, la toma de estaciones de radio, su propia propaganda asociada a cada una de sus batallas y la contracultura que creció a lo largo de la guerra de liberación. Todavía se pueden leer las consignas de guerra y los llamados a la insurrección en los muros de distintas ciudades del país. Volantes que contenían denuncias de asesinatos se repartían furtivamente en los autobuses, y los mensajes se pegaban a los labios de la gente» (Rothschuh Villanueva en Mattelart). De modo similar, las paredes de las ciudades iraníes revelaban la lucha continua, en jirones de afiches, lemas ocultos tras pintura blanca, y consignas siempre nuevas, en una danza pública de hablar y de silenciar. El espacio público anunciaba potencialmente una esfera pública.

En Irán no existía una esfera pública. La dictadura monárquica controlaba directa o indirectamente todas las formas de expresión, mientras que la SAVAK, la organización de seguridad, vigilaba toda la vida pública. No se permitía ningún partido político autónomo, sindicato de trabajadores independiente ni grupo de interés. Ese nivel de control suena a un régimen estatal socialista o fascista, pero incluso esos regímenes son generalmente mucho más políticamente movilizados de lo que era Irán. La dictadura monárquica era una forma particularmente represiva de sistema autoritario y parecía no existir ningún espacio en el cual se pudiera lanzar algún tipo de movimiento popular de oposición.

Sin embargo, la dinámica de los movimientos recientes y el papel de los medios pequeños sugieren que hemos funcionado con una definición demasiado estrecha de la "esfera pública política" y usado este término de una manera muy formalista y restringida, a menudo tapando las relaciones entre la comunicación, la cultura y la política. La aparente "falta" de organizaciones formales como los partidos y los sindicatos, y la aparente "falta" de opinión pública —porque existía poca medición al respecto— se toman como una ausencia de política. Pero la política en Irán siempre ha sido más fluida, más informal y más invisible que la política organizada de las democracias establecidas, lo cual revela otro punto ciego de una óptica occidental estrecha. Siempre ha habido círculos políticos informales (*dowreh*) y reuniones entre personas sobre la base de la familiaridad y la confianza desarrolladas a través del tiempo (Bill 1973, Zonis 1971), pero en la arena pública se percibía poco que tales grupos políticos estuvieran creciendo y fueran articulados o eficaces [...].

En Irán, al igual que en Polonia, las Filipinas y otros lugares, el "espacio" público también se podía encontrar en las redes religiosas. Los dirigentes religiosos a menudo poseían recursos mucho más amplios y culturalmente mucho más apropiados para la movilización que la *intelligentsia* secular. Los recursos de la dirigencia religiosa en Irán incluían una red nacional de espacios físicos —las mezquitas— que eran puntos de reunión pública, la única red que no había sido penetrada por el Estado.

Los medios pequeños: tecnologías para la supervivencia política

En Irán, las nuevas tecnologías de la comunicación también ayudaron a abrir una esfera pública potencial de disenso. Medios pequeños como las cintas de audio se convirtieron en extensiones electrónicas de las instituciones religiosas y su discurso político, y los folletos fotocopiados eran el arma preferida de los grupos seculares, dándole voz a lo que se convertiría en un enorme movimiento popular.

El argumento de que la movilización política depende del desarrollo de recursos políticos, general-

mente de algún tipo de comunicación pública, no es nuevo. Lo que sí es significativo es que, en ciertos momentos, y cada vez más con la diseminación de ciertas tecnologías, el control es imposible, incluso al interior de los Estados más represivos y que privilegian la seguridad seguridad. Esto obedece a dos motivos principales: la naturaleza de las nuevas tecnologías de comunicación y el desarrollo de sistemas de comunicación internacionales que facilita la recepción internacional de mensajes. Es sumamente difícil, hasta para el régimen más represivo, controlar las comunicaciones políticas. Muchos Estados fuertes a veces han intentado controlar directamente la importación y circulación de ciertas tecnologías mediáticas (computadoras personales y antenas parabólicas en la ex Unión Soviética, por ejemplo), o imponer barreras económicas (como los altos impuestos sobre los reproductores de videocasetes en la India) (Ganley y Ganley 1987). Pero las fronteras son permeables, los contrabandistas son adaptables, y el interés y la demanda popular de las tecnologías mediáticas son generalmente altos.

Ciertas tecnologías incorporan medios de reproducción, lo que hace que un control sea aún más difícil. La clave del éxito de algunos movimientos recientes, o de la longevidad de otros, ha sido el hecho técnico de que los medios pequeños contemporáneos —especialmente las cintas de audio, los casetes de vídeo, las copiadoras, las computadoras personales y las máquinas de fax— son la fuente de puntos múltiples de producción y distribución. Los sistemas de casetes de audio, grabación de vídeo y fotografía Polaroid, por ejemplo, no requieren ninguna técnica independiente de procesamiento, pero contienen en el equipo mismo la posibilidad de producción y reproducción instantánea de mensajes. Quienquiera puede reproducir esos mensajes y, en efecto, la dinámica de los movimientos depende justamente de que cada participante haga copias adicionales y las distribuya. Así, cualquier *samizdat* soviético podría ser escrito y reescrito a máquina en múltiples copias, tantas como lo permita la legibilidad del papel carbón.

En Polonia, el KOR (Comité de Autodefensa de los Trabajadores) creó una red subterránea con comunicados firmados que publicitaban las luchas de los trabajadores e intelectuales, y portaban la exhortación de que "al diseminar este boletín, usted está actuando conforme a sus derechos y desempeñando un papel en la defensa de los mismos. Léalo, cópielo y repártalo" (citado por Downing). La xerografía no sólo alivia ese trabajo tedioso, sino que también ofrece un adelanto respecto de los diversos procesos de impresión, porque produce copias instantáneas prácticamente imposibles de rastrear (salvo mediante la ciencia forense más sofisticada) de potencialmente múltiples fuentes, de modo que la pérdida de una máquina no implica el fin de todo un movimiento. Los días en que destrozar una prensa significaba el fin de la agitación radical ya pasaron. La conexión en red de computadoras personales y sistemas de información en línea ofrece posibilidades similares de producción y diseminación de mensajes incontrolables desde puntos múltiples. Desafortunadamente, la derecha política no ha tardado en aprovechar estos canales, como atestigua el uso de las redes informáticas por grupos racistas en Estados Unidos y la circulación de juegos de computadora antisemíticos en Austria.

En Polonia, el movimiento de oposición pasó del clásico método de reproducción de los *samizdat*, basado en la máquina de escribir y las copias al carbón, al reciclaje de duplicadoras anticuadas, fotocopiadoras y litografía offset, para crear las herramientas tecnológicas de la red subterránea. Casetes de las negociaciones de Gdansk circulaban por las fábricas. La policía política dedicaba gran parte de su tiempo a tratar de reprimir este movimiento subterráneo creciente de los medios pequeños, e incluso un año después de que se había impuesto la ley marcial, sus patrullas capturaron más de un millón de folletos, silenciaron 11 transmisoras de radio, encontraron 380 imprentas y confiscaron casi 500 máquinas de escribir (C. Civic, citado por Downing). No obstante, la labor mediática independiente continuó. En el contexto polaco, estos medios autodirigidos crearon nuevos espacios para la argumentación y el debate públicos, independientes de la estructura de poder, que resultaron ser primeros pasos importantes hacia el movimiento gigantesco que siguió. Como señala Downing, «ningún canal de comunicación alternativo se debe descartar sólo por ser pequeño».

La disponibilidad de algunas de estas tecnologías es, en sí misma, un indicador del nivel de modernidad técnica logrado en una sociedad. Las máquinas de fax en las ciudades de China, utilizadas con efectos dramáticos durante el levantamiento de la Plaza Tiananmen, son un resultado directo de la estrategia de modernización adoptada después de la muerte de Mao en 1976. El uso generalizado de productos electrónicos de consumo, tales como los reproductores de casetes en Irán, no deja de ser irónico. La difusión tecnológica ha sido parte medular del paradigma dominante del desarrollo y la dependencia tecnológica es una experiencia vivida por muchos países del Tercer Mundo. Las contradicciones de un movimiento basado en lemas antiimperialistas que cultiva una identidad cultural de larga data y que, a la vez, utiliza las tecnologías proporcionadas por fabricantes occidentales y japoneses son otra prueba de la complejidad del problema del desarrollo. Las naciones del Tercer Mundo frecuentemente resuelven la tensión entre su admiración y su hostilidad hacia la tecnología occidental optando por considerar que la tecnología es neutral y que no encarna en sí misma valores ni mentalidades ajenas. El movimiento popular iraní acogió con gusto la variedad de tecnologías sofisticadas a su disposición e incluso es poco lo que ha reflexionado la República Islámica sobre los impactos sociales reales de la difusión tecnológica.

Fue interesante ver en Irán cómo la función de ciertas tecnologías cambió de una de control burocrático a una de participación política. Antes de que surgiera el movimiento popular, el uso de fotocopiadoras era estrictamente controlado, incluso en la enseñanza universitaria. La reproducción más simple de un diagrama o un conjunto de cifras para uso en el salón de clase exigía todo un procedimiento en las universidades y, como se necesitaban varias firmas y el trámite era largo, cuando finalmente se recibía la autorización, la necesidad de obtenerla ya había pasado. ¡Llegó el movimiento y se produjo un mar de cambios! La fotocopiadora en el Instituto de Comunicaciones y Desarrollo de Irán donde trabajaba Annabelle, por ejemplo, se convirtió en un foco de actividad; la persona encargada de su operación era un actor político clave en el movimiento y colegas de diversas facciones políticas se peleaban por obtener acceso a la copiadora. Otros investigadores que trabajaban en el Instituto durante la revolución advirtieron el mismo fenómeno.

Los medios pequeños en el contexto global

Otro factor que complica profundamente el tema del "control" del entorno político nacional es la diseminación de las comunicaciones internacionales que han colapsado el espacio mundial, fomentado una aceleración inmensa de los procesos históricos y erosionado los efectos de contención de las fronteras nacionales (Giddens 1990).

Siempre hay extensos debates sobre el "primer momento" de los procesos revolucionarios, pero a fines del siglo XX parecería que cuando hay voluntad, la movilización popular puede ser increíblemente espontánea y rápida, en vista de la cantidad de Estados fuertes que se vinieron abajo hacia fines de la década de 1980. La diseminación instantánea por todo el mundo de información e imágenes sobre el cambio político también fomenta una especie de "efecto de contagio" del levantamiento político popular, volviéndolo, por ende, más fuerte que nunca. Uno de los elementos más notables de los sucesos de 1989, como en el caso del movimiento iraní, fue el acceso comparativamente abierto que los equipos de la televisión y la prensa internacional tuvieron a los lugares de actividad política. Las principales

agencias noticiosas de televisión, Visnews y UPITN, y las redes como CNN y otras venden sus grabaciones a muchas otras estaciones, de modo que la dramática cobertura en vivo de los movimientos presenciados en la Plaza Tianamen, alrededor de la Puerta de Brandenburgo, en la Plaza Wenceslao, en Budapest y en Bucarest, se vio en todo el mundo. El mundo entero presenciaba la revolución. En cuanto a las revoluciones en Europa Oriental, Garton Ash predijo que «en Polonia tomó diez años, en Hungría diez meses, en Alemania Oriental diez semanas; quizás en Checoslovaquia tome diez días. Los diez días resultaron ser veinticuatro, pero los efectos de las manifestaciones y la aceleración de la historia parecen ser procesos verdaderos, explicables en parte por la extensa cobertura mediática de lo que había sucedido en los demás países [...].

Las comunicaciones internacionales pueden desempeñar papeles complejos en los levantamientos políticos nacionales. Primeramente, han alterado profundamente la naturaleza del exilio político. Los activistas políticos exiliados ya no esperan a que las condiciones cambien para regresar a casa, sino que pueden hacer propaganda en favor del cambio de condiciones desde fuera de su país: una desterritorialización de la política. Hay gran cantidad de transmisiones radiales clandestinas internacionales, así como inicios documentados de una videografía del exilio: los exiliados polacos en París ingresaban cintas de vídeo de contrabando *a* Polonia, y los activistas checos *sacaban* del país cintas de manifestaciones ilegales y de la violencia orquestada por el Estado. Los integrantes de la comunidad iraní en el exilio, tanto antes como después de la revolución, produjeron una enorme cantidad de publicaciones y transmisiones de carácter político, que afectaron el nuevo entorno en el que se encontraban y pretendían incluso afectar las condiciones "casa adentro".

Los exiliados no sólo envían materiales a casa, sino que también, como actores políticos, pueden tratar de movilizar a la opinión pública internacional para que su caso se trate en los foros públicos internacionales, tales como la ONU. Gran parte de la función de grupos como Amnistía Internacional y Human Rights Watch es alertar a la opinión pública internacional sobre violaciones de los derechos humanos en países específicos y movilizar recursos para lograr el cambio. Los grupos políticos seculares de la clase media iraní se esforzaron mucho por utilizar diversos canales internacionales para movilizar a la opinión pública internacional en su favor, y obtuvieron algún éxito.

Ocasionalmente, este tipo de comunicación internacional beneficia o articula elementos políticos *al interior* de un país que, de lo contrario, no podría comunicarse o en el que unos y otros no sabrían de su existencia. En este caso, la vinculación internacional se convierte en una etapa intermedia necesaria en lo que en realidad se trata de una comunicación política nacional. Un ejemplo clásico es la transmisión de noticias de la BBC sobre las actividades de la resistencia antihitleriana al interior de Alemania, que fue captada por otros elementos de la resistencia; un proceso documentado por el grupo Rosa Blanca (Scholl 1983). Un ejemplo más reciente sería el uso de las máquinas de fax en el movimiento estudiantil chino de mayo y junio de 1989: debido a la infraestructura limitada de telecomunicaciones internas y el temor a la vigilancia, era más fácil y más rápido para los estudiantes chinos en Beijing enviar mensajes por fax a sus simpatizantes en Estados Unidos —quienes luego los enviaban a otra ciudad en China— que confiar en la comunicación interna. Las transmisiones de noticias de la BBC que todas las noches informaban sobre las manifestaciones y las muertes en diversas ciudades de Irán desempeñaron un papel similar, al devolver al movimiento imágenes de sí mismo, además de reforzar la importancia mundial de sus acciones.

Más allá de organizar la comunicación del exilio para fines políticos, los portadores internacionales de noticias son cruciales para la difusión de información e imágenes alrededor del mundo, que se ha acelerado con el uso de satélites. A veces, estos canales proporcionan información que es restringida al interior de la sociedad en cuestión, ya que los Estados tratan de bloquear su penetración por medio de interferencias o impidiendo la compra de equipos receptores de onda corta. La cobertura detallada de sucesos importantes que hacen canales de noticias internacionales occidentales como la BBC y Voice of America, Deutsche Welle, Radio Monte Carlo y la radio israelí, los ha convertido en fuentes primordiales de información de muchos levantamientos políticos, y son a menudo escuchados por onda corta, con las cortinas cerradas.

En Irán, la atención de los medios internacionales pareció validar la "importancia histórica" de los acontecimientos del país. Las portadas de *Time* y *Newsweek* sobre la revolución iraní generaron considerable interés en los puestos de revistas de Teherán. En el Instituto de Comunicaciones y Desarrollo de Irán, los muchachos a cargo de los carritos de té clamaban por traducciones de los artículos de estas revistas de noticias y quedaban impresionados de que incluso las publicaciones estadounidenses escribieran sobre la revolución iraní. Además, la percepción de estos importantes canales internacionales es que son muy profesionales y "objetivos" en su cobertura noticiosa, lo cual añade un gran sentido de veracidad a sus transmisiones. Hasta los activistas políticos aceptaban los reportajes de noticias y las cifras de estos medios internacionales, prefiriéndolos a los del sistema de difusión estatal, y con frecuencia citaban a la BBC o a otros canales similares en sus propios comunicados [...].

Los medios pequeños como catalizadores de la participación política

La conexión entre las comunicaciones y la participación no se ha articulado bien. El modelo básico de los medios masivos de transferencia vertical de los mensajes ve a la audiencia sólo como un grupo de consumidores de mensajes (acreditados con diversos grados de selectividad, etc.). Sin embargo, la proliferación de medios nuevos, la reducción de los costos, la diferenciación del público por culturas de gustos y los nuevos tipos de audiencia activa ofrecen oportunidades de participación en las comunicaciones de modo que el público anteriormente "pasivo" pueda producir no sólo significados, sino también mensajes. Mucho de esto no es nuevo en Occidente, donde existen radios comunitarias, editoriales locales y una multitud de grupos de presión que usan una variedad de canales. Lo que algunas innovaciones tecnológicas ofrecen, sin embargo, es el potencial de desarrollar y renovar —incluso al interior de Estados autoritarios— la participación en sociedades donde existe vigilancia estatal y limitadas posibilidades de participación política independiente. En esos contextos, comunicarse es actuar políticamente, lo cual implica además que las definiciones simples de participación, o su ausencia, bien podrían ser anticuadas.

La relación entre las comunicaciones y la política es simbiótica, y es imposible separar el tema de la participación en el proceso político de la participación en el proceso de las comunicaciones. De hecho, ambos Shas Pahlevi, especialmente el último, se dedicaron a desalentar toda forma de participación política masiva, ya que parecían pensar que ésta podría actuar fácilmente tanto en su contra como en su favor, un temor típico de los regímenes autoritarios (Perlmutter 1981). Más aún, muchos teóricos de la modernización política, entre ellos Lerner y Huntington, han temido el extremismo de la participación masiva [...].

En Estados tan represivos, la esfera ideológica y la cultural no pueden tener ningún desarrollo autónomo, sino que son orquestadas por el Estado, al igual que el proceso de desarrollo económico. De modo que lo "político" no es una esfera claramente delimitada a la que se puedan hacer demandas específicamente políticas. La propia ausencia de desarrollo de instituciones participativas fomentó el fortalecimiento de identidades colectivas preexistentes y la politización de los rituales y las prácticas culturales.

La comunicación política se ha preocupado demasiado por la tan visible actividad participativa de la votación. Pero no todos los sistemas tienen procedimientos de votación, y los sistemas políticos sí tienen participación. Hasta la pasividad es significativa. En Irán, el Sha alentaba una fuerte tendencia al autoengaño para creer que todo iba bien —es decir, *qui tacit, consentit*—, inducido por el hecho de que quienes lo rodeaban no le proporcionaban la información completa sobre el descontento social, en parte porque él dejó en claro que no le gustaba oír malas noticias (Graham 1978). La apariencia externa de sumisión no es, sin embargo, prueba de una aceptación interna de la opresión. El hecho de que el Sha se viera afectado psicológicamente por la profundidad de la hostilidad popular que se hizo evidente en 1977-78 parece haber sido un factor en su irresolución para responder a la oposición política.

A nivel popular, una vez que el silencio imperante se rompió con las voces de los intelectuales y profesionales que no fueron sofocados por la SAVAK y, luego, cuando ocurrieron las primeras manifestaciones, el temor colectivo de las represalias y los sentimientos de impotencia desaparecieron rápidamente. En ocasiones el miedo se transformó en su opuesto, en un deseo de martirio. El efecto de contagio se propagó y la estructura de vigilancia de lo que alguna vez fue un Estado absoluto se vino abajo. Los actos de comunicación eran en sí mismos momentos políticos de compromiso y osadía, y el proceso público de comunicar que esos eventos habían tenido lugar requería un compromiso aún mayor [...]. En un contexto en el que no se había permitido ninguna participación política autónoma durante décadas, la efervescencia de la participación y las brechas visibles y audibles en el muro del silencio público fueron pasos iniciales cruciales en la formación del movimiento popular masivo. De hecho, un aspecto interesante de la movilización es el recorrido desde el inicio intelectual del proceso hasta la posterior toma masiva del poder y el liderazgo, es decir, la medida en que las masas anteriormente "espectadoras" se convirtieron en "gladiadores" aún más extremistas que los activistas seculares (Milbrath y Goel 1977) y estaban dispuestas a encarar y pelear contra las fuerzas militares del Estado [...].

El movimiento popular iraní no puede ser visto simplemente como el proceso voluntarista de una opinión pública en desarrollo, aunque sí había segmentos considerables de la población iraní que habían estado esperando la oportunidad de actuar y para quienes el fraccionamiento del poder del Estado de repente ofrecía oportunidades inimaginables. Para la mayoría de los iraníes comunes y corrientes, la participación fue producto de una combinación del poder coercitivo de su identidad primordial, la posición social del *ulema*, y su retórica política. El Sha, en las pocas ocasiones en que se podía controlar desde el Estado la participación, la provocaba mediante el miedo, el temor a las represalias y el SAVAK. En el caso de los clérigos y Khomeini, la participación se orquestaba a través de la politización de una identidad cultural profundamente arraigada, la compulsión del deber religioso —una ideología, un liderazgo y una ética aceptados como forzosos por una muchedumbre de creyentes sin otra alternativa— y un proceso profundamente coercitivo.

El movimiento iraní, de manera muy similar a los movimientos en Polonia, las Filipinas e incluso Nicaragua, se puede caracterizar por la participación masiva de base que obvió las divisiones claras entre las clases sociales, evidente en acciones como la participación en las manifestaciones masivas y las consignas contra el régimen gritadas desde los techos urbanos. La cultura política de la desconfianza (Zonis 1971) y las quejas privadas se transformaron rápidamente en un movimiento colectivo inmensamente poderoso integrado por extraños.

Los medios pequeños y la cultura autóctona

Uno de los factores que motivó la solidaridad entre clases en Irán fue la repolitización de la cultura popular tradicional familiar. En los sistemas autoritarios, en los que existe una represión severa de la esfera política, la cultura popular se convierte casi inevitablemente en un espacio de oposición política, ventilación de los sentimientos de oposición, formulación de críticas y expresión de visiones alternativas. Como ya hemos afirmado, aunque no exista una delimitada esfera formal llamada "política", eso no significa que la política no haya, sino que está separada del contexto sociocultural más amplio donde tiene lugar la competencia por significados simbólicos. Separar la cultura de la política es difícil y, en procesos de cambio político, muchos recursos culturales locales se pueden movilizar y desarrollar para crear una resistencia cultural con impacto político contra los regímenes con pretensiones hegemónicas.

Evidentemente, estos procesos pueden asumir muchas formas al utilizar los canales tradicionales y combinar las tecnologías modernas de medios pequeños con formas culturales tradicionales (música, poesía, etc.). La resistencia afgana contra los soviéticos desarrolló muy rápidamente un sistema de comunicación clandestino basado en casetes, imitando al movimiento iraní. Algo quizás único, pero culturalmente apropiado, es que los afganos tienen alfombras tejidas que incorporan motivos de guerra contemporáneos, un ejemplo muy singular de resistencia cultural. La *glasnost* reveló no sólo divisiones étnicas muy profundas en la URSS, sino también una corriente subterránea muy dinámica de música *punk* y *heavy metal*.

Los temas de la identidad cultural propia y la erosión que provocan en ella elementos culturales externos, así como los efectos dañinos de la cultura occidental, pueden funcionar como tropos retóricos populares que ayudan a desarrollar un movimiento masivo contra algún poder externo. En Nicaragua, Somoza era considerado el representante local del imperialismo y la resistencia adoptó la forma no sólo de resistencia militar y política, sino también de resistencia cultural: una contracultura dinámica basada en formas culturales tradicionales más antiguas que sustituían la música "disco" con la música testimonial popular, la poesía de contenido revolucionario, una industria cinematográfica revolucionaria y canciones revolucionarias [...].

Las artes escénicas, los títeres y otras manifestaciones culturales tradicionales también han participado en la movilización política. Estas formas sirvieron de vehículos de expresión de protesta, disenso y reforma en la India, de modo que «estos medios nativos de "comunicación cantada" e "información actuada" fueron contrincantes poderosos de los medios masivos controlados por el gobierno durante las muchas campañas políticas y sociales lanzadas por Gandhiji» (Ranganath 1980). Bassets (en Mattelart y Siegelaub 1983) describe la variedad de comunicaciones clandestinas que surgieron bajo y contra la dictadura de Franco, desde cartas escritas a máquina hasta agencias de prensa clandestinas, desde la prensa política subterránea hasta la poesía anónima o simplemente la pintura simbólica de letras en las paredes (P de protesta, A de amnistía, L de libertad). Aunque este movimiento subterráneo en particular no devino en un movimiento social exitoso, como sucedió en Irán, y el cambio ocurrió "naturalmente" con la muerte de Franco, es interesante advertir la reducción de la sociedad y de las prácticas de comunicaciones españolas a dos esferas cultural y políticamente antagónicas, muy similar a la reducción de la vida iraní a una "cultura dualista" de Estado y cultura opositora. Bassets analiza la relación entre la cultura clandestina y la cultura del exilio, donde esta última sirve de banco de memoria histórica que preserva la expresión cultural y política radical, pese a la represión interna. También describe las organizaciones de difusión y humanitarias internacionales que desempeñaron un papel informativo vital como parte de la opinión pública internacional, elementos que ya hemos señalado como significativos en el caso iraní [...].

La repolitización de la cultura popular como modo de generar solidaridad parece ser bastante común, aunque en diferentes contextos se invoque a medios y géneros diferentes. La cultura popular adopta

muchas formas, y la oposición y la resistencia cultural no son necesariamente revolucionarias. La cultura popular se puede politizar enormemente y el entretenimiento puede ser un vehículo poderoso para la congregación y movilización política. La presentación de un vídeo subterráneo en una casa privada en Polonia o Checoslovaquia, la exhibición semipública de películas "de crítica" y la producción y distribución de un folleto de oposición, todas crean un espacio simbólico que sirve para redefinir lo político. La participación en estos eventos y la aceptación y lectura de ese material son formas de acción política por sí mismas, llevadas a cabo como desafío al Estado y arriesgándose a represalias del estado. Václav Havel, el presidente de la República Checa, estuvo encarcelado durante varios años por ser un dramaturgo disidente y la Constitución 77 de ese país fue suscrita por muchos intelectuales y artistas creativos. Los poetas Said Sultanpour y Golesorkhi fueron encarcelados por el Sha. Los Estados represivos entienden muy bien el poder potencial que tiene la cultura popular para minarlos, de allí el alto número de casos de represión y censura que presentan regularmente el *Índice de Censura* (Artículo 19) y Amnistía Internacional [...].

La reconstrucción discursiva de la memoria / identidad colectiva

Quizás uno de los elementos finales del rompecabezas del cambio político es el discurso revolucionario mismo; cómo identidades y metas políticas diversas fueron articuladas en un lenguaje para enmarcar una ideología revolucionaria. La articulación de tal discurso incluye un sentido de memoria colectiva, una reescritura de la identidad colectiva y la politización de la "tradición".

La revolución se hace en el presente histórico sobre la base de las imágenes del pasado, impulsándose hacia el futuro, aunque a menudo mirando hacia atrás, tal como describió Benjamin al ángel de la historia. Todas las naciones proponen una historia colectiva; los Estados autoritarios defienden una sola versión autorizada del pasado, en la que se reescriben nombres y fechas (y se retocan fotografías, como para eliminar a Trotsky de los registros fotográficos soviéticos) y una versión autorizada de los acontecimientos, en la que aparecen como el apogeo progresista a fin de crear una especie de identidad colectiva de la que son la encarnación definitiva. La desintegración del imperio soviético ha desencadenado una recuperación y "reinvención" masiva de las naciones y etnias en toda Europa Oriental.

Dichas construcciones de la memoria colectiva no sólo (re)crean un pasado, sino también, quizá más crucialmente, (re)crean una identidad colectiva que tiene un pasado. La oposición podría consistir en «negar lo que somos», en los términos de Foucault (1988), y en reconstituir una identidad colectiva preferida que empodera a los actores. Ése es el desplazamiento de "ser sujetos de" y "estar sujetos a" un régimen, a convertirnos en sujetos humanos que escribimos nuestra propia historia. La competencia por la memoria también es la competencia por cómo se deben concebir las identidades colectivas actuales. En este sentido, la idea de Benjamin de que la revolución es un «salto de tigre hacia el pasado» se vuelve más compleja; no existe un solo pasado, sino más bien definiciones contendientes de cómo se debe leer el pasado [...].

A la vez que se evocan memorias colectivas, el presente interviene para redefinir los acontecimientos pasados y los actores y los símbolos funcionales actualmente en oposición. La "tradición" no es sólo memoria congelada, sino también una adaptación activa del marco de tiempo y el contexto sociopolítico nuevo y actual. En la politización de la memoria y la tradición cultural, ambas se modifican. La tradición ya no puede vivir inocente e ingenuamente. En su movilización activa como recurso en una lucha ideológica contra una realidad cultural y política antagónica, la tradición misma se altera irrevocablemente, sometida al proceso de retradicionalización que ya se ha señalado.

Bibliografía citada

Bill, J. A. (1973). "The Plasticity of Informal Politics: The Case of Iran" en *Middle East Journal*, 21 (1).

Brecht, Bertolt (1932). "La radio como aparato de comunicación". Publicado como "Der Rundfunk als Kommunikationsapparat" en *Bjitter des Hessischen Landestheaters Darmstadt*, Nº 16.

Darnton, Robert y Roche, Daniel (eds.) (1989). *Revolution in print: the press in France 1775-1800*. Berkeley, Los Angeles, University of California Press.

Downing, John (1984). *Radical Media*. Boston, South End Press.

Fathi, Asghar (1979). "The Role of the Islamic Pulpit" en *Journal of Communication*, 29, Nº 3, Summer.

Foucault, M. (1988). "The Ethics of Care and Self as a Practice of Freedom" en Bernauer, J. Y Rasmussen, D. (eds.) *The Final Foucault*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

Ganley, G. y Ganley, O. (1987). *Global Political Fallout: The VCR's First Decade, 1976-1985*. Norwood, New Jersey, Ablex.

Garton Ash, Timothy (1990). *We the People: Revolution of '89 Witnessed in Warsaw, Budapest, Berlin and Prague*. Granta Paperbacks.

Giddens, Anthony (1990). *Consequences of Modernity*. Cambridge, Polity Press.

Graham, Robert (1978). *Iran: The Illusion of Power*. London, Croom Helm.

Habermas, Jürgen (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, Polity Press.

Jankowski, N.; Prehn, O. y Stappers, J. (eds.) (1992) *The People's Voice: Local Radio and Television in Europe*. London, John Libbey.

Mattelart, Armand (ed.) (1986). *Communicating in Popular Nicaragua*. New York, International General.

Mattelart, Armand y Siegelaub, Seth (eds.) (1983). *Communication and Class Struggle 2. Liberation, Socialism*. New York, International General.

Milbrath, L.W. y Goel, M.L. (1977). *Political participation*. Chicago, Rand McNally.

Moore, Barrington (1978). *Injustice: The Social Bases of Obedience and Revolt*. Random House, Inc.

Perlmutter, Amos (1981). *Political Roles and Military Rulers*. London, Frank Cass and Co.

Ranganath, H. K. (1980). *Using Folk Entertainments to Promote National Development*. Paris, UNESCO.

Scholl, Inge (1983). *The White Rose*. Wesleyan University Press.

Schramm, Wilbur (1972). "What the Research Says" en Schramm, W. (ed.) *Quality in Instructional Television*. Honolulu, The University Press of Hawaii.

Zonis, M. (1971). *The Political Elite of Iran*. Princeton, Princeton University Press.

Sreberny-Mohammadi, Annabelle y Mohammadi, Ali (1994). En *Small Media, Big Revolution: Communication, Culture, and the Iranian Revolution*. Minneapolis-London, University of Minnesota Press. Reproducción autorizada por la editorial.

UN PUÑADO DE PIONEROS QUE SE FUERON DEMASIADO PRONTO

Extracto de

El proceso de Fogo: entrevista con Donald Snowden

Wendy Quarry

Don: Tomemos algo de importancia relativamente menor, pero que funcionó. Paul MacLeod se centró en los jóvenes de la zona de Port Au Choix y las hostilidades tradicionales que existían entre las comunidades de la zona, trabajando con el párroco, el padre Desmond McGrath, quien apoyaba mucho este enfoque, lo comprendía y habló de él en las películas, que utilizó luego para ayudar a derribar las barreras entre los jóvenes de las distintas comunidades. Había barreras realmente hostiles. Nosotros usamos el material, como dije, para generar un interés por apoyar a una organización local, y eso funcionó eficazmente.

Wendy: Pero Don, ¿sabías eso desde un comienzo o lo averiguaste? Es decir, ¿primero llegaste y te enteraste sobre la comunidad y después tomaste decisiones sobre qué filmar?

Don: Primero tendría que retomar lo que fue nuestra tradición en Terranova (Newfoundland) respecto del servicio de extensión. Desde que yo llegué nunca pusimos un extensionista en una zona a menos que la zona lo pidiera. Así que ése fue el comienzo. El personal de campo llegaba a un sitio y pasaba un tiempo conociéndolo mejor, enterándose de los problemas y las aspiraciones de los pobladores, informándose de lo que no sabía y entonces luego estaba en posición de hacer apreciaciones sobre el tipo de material y sobre quiénes podrían ser buenos voceros en la zona.

Wendy: ¿Dirías que eso era lo más importante en el inicio? ¿Qué debías tener allí a un extensionista o trabajador de campo que conociera la zona?

Don: Sí, desde luego.

Wendy: ¿Eso era lo primero?

Don: Absolutamente. No creo que los cineastas convencionales puedan llegar y hacer ese tipo de película. Pueden llegar y hacer documentales, pero abruman a la comunidad y escogen lo que quieren. Incluso los buenos documentalistas usan esa técnica. Pero cuando todo el proceso se controla localmente, es decir, la información se plasma en la película o el vídeo, los derechos de edición se otorgan a la gente. Una cosa que hizo Colin Low desde el comienzo con el material de Fogo fue filmar a la gente ahí donde se sentía cómoda. Eso es tremendamente importante. Lo hizo gracias a su enorme experiencia como documentalista.

Wendy: Pero Don, ¿necesariamente tiene que haber un control de parte del cineasta o del equipo de filmación o del trabajador comunitario respecto de lo que se filma?

Don: Absolutamente.

Wendy: ¿Es eso manipulación?

Don: No, no me parece que sea manipulación en absoluto. La comunidad discute en torno al tipo de cosas que considera que pueden ser problemas. O sea, es manipulador en el sentido de que no todas las personas en todas las comunidades están de acuerdo. Decir que un argumento montado de antemano es manipulador me suena a un razonamiento intelectual espurio y sin sentido. Es decir, ¿qué demonios significa manipulador?

Wendy: No sé.

Don: Yo tampoco, pero creo que sé cuál es la diferencia en tu pregunta. El hecho es que el cine tradicional puede ser igualmente manipulador. Pero este proceso lo es mucho menos. Mucho menos, porque tienes a trabajadores comunitarios que están allí todo el tiempo y que si para algo son buenos es para saber lo que les molesta y qué potenciales existen, y cuándo se les está engañando, y lo saben porque viven allí y trabajan entre esa gente todo el tiempo.

Wendy: Bueno, y entonces, ¿qué hace la película que el trabajador comunitario no podría hacer sin ella?

Don: Bueno, no puedes llevar a la gente de una comunidad a otra si eres un trabajador comunitario. La película lo hace por ti. Le da a la gente la oportunidad de ver a otros como ella, que podrían tener las mismas preocupaciones y aspiraciones, y que a veces parecen ofrecer soluciones que podrían ser mutuamente beneficiosas. Pero no es tan eficaz en zonas donde hay un bombardeo de los medios masivos. No hay que olvidar que en esa zona de Terranova en ese entonces casi no había televisión, que la gente estaba bastante aislada. En esas circunstancias, la película podía desempeñar un papel importante en el suministro de información y en la introducción de posibles cambios de actitud.

Wendy: ¿Te parece que eso es clave?

Don: Sin duda es clave, porque posteriormente se nos pidió, a Colin Low y a mí, ir a trabajar en Estados Unidos y teníamos un proyecto gigantesco que nos llevó a todos los estados pobres del sur, pero simplemente no funcionó del mismo modo. Uno de los motivos fue que en esas zonas la gente estaba acostumbrada a la televisión y tenía mucho acceso a información, a diferencia de lo que sucedía en las islas costeras de Terranova en esa época.

Wendy: ¿Te parece que este proceso podría tener éxito en, digamos, el Tercer Mundo, en algunas partes del Tercer Mundo?

Don: Sí, mucho, especialmente en las zonas rurales del Tercer Mundo. Yo, la verdad, no soy un trabajador urbano, así que no puedo decir nada importante, en ningún sentido, sobre cómo podría usarse esto en zonas urbanas. Simplemente, no podría hacer ningún comentario sobre la eficacia de las técnicas. Pero en zonas donde la gente casi no tiene acceso a información, donde está privada de toda noción de su propio valor, donde no ha podido organizar su enorme experiencia del pasado para enseñarse unos a otros, donde simplemente no ha tenido acceso a información externa importante, el vídeo podría ser la respuesta. No hay otra cosa que se pueda hacer. Para muchas de estas personas el material impreso no tiene ningún sentido. No saben leer ni escribir. En esos lugares, la radio nunca ha sido diseñada para tratar los problemas de la gente y ayudarla.

Wendy: Pero podría serlo, ¿no?

Don: Bien podría serlo, pero yo diría, en favor del argumento y a partir de mi convicción personal, que nunca sería tan poderosa como el vídeo.

Wendy: ¿Por qué?

Don: Porque la imagen en movimiento combinada con el sonido es un mecanismo más eficaz para aprender, me parece, especialmente cuando se trata de aprender habilidades manuales. Es posible ver cosas que simplemente no puedes mostrar de ninguna otra manera.

Wendy: Sin embargo, una de las cosas que he leído sobre la fuerza del proceso de Fogo es lo que les sucede a las personas cuando se ven a sí mismas o hablan sobre el proceso de legitimación, lo que les pasa cuando sienten que valen lo suficiente como para quedar grabadas en una película. ¿Libera esto algo en ellas? ¿Apoyas ese argumento?

Don: Podría ser verdad. Sin embargo, en mi experiencia con la población rural, lo que más me sorprendió es cuán fácilmente se acostumbran a este medio. Hablemos sobre el vídeo, porque el vídeo es la tecnología que se usa ahora. Cuando se les presenta el vídeo como una herramienta para ellos y sólo acerca de ellos (así es como lo hacemos), la novedad es muy alta en un comienzo. Todos se entusiasman con eso, pero la idea de que es importante aparecer en el vídeo pasa pronto. No me parece que eso sea importante para la mayoría de los pobres del mundo. Me parece que lo que sí es importante es lo que sucede como consecuencia. Sólo después de que algo ocurre, empiezan a pensar en el vídeo, pero ni siquiera he visto que pase de manera muy generalizada. Simplemente no lo he visto. La gente no se relaciona con el vídeo porque aparece en él, no tiene el síndrome de la estrella de cine. No se trata de eso en absoluto. Tienen una enorme capacidad de estímulo a partir del mensaje que están recibiendo…

Wendy: ¿Lo que me estás diciendo es que lo importante es el mensaje?

Don: Sí, claro. Por eso siempre me resisto a introducir en este tipo de material todos esos valores de producción extravagantes de los documentalistas. No me parece necesario. Creo que se debe hacer un análisis intercultural mucho más profundo para entender todo eso. Nadie lo ha hecho todavía.

Wendy: ¿En qué sentido?

Don: Bueno, en el sentido del análisis de Andreas Fuglesang sobre el modo en que las personas perciben visualmente las cosas cuando provienen de distintas culturas. Ésa es toda un área importante en la que nadie ha trabajado mucho.

Wendy: ¿Eso no te convence?

Don: Puede que funcione con urbanitas de clase media, y puede que funcione con los políticos locales, pero no me parece que haya incidido mucho en el modo como la gente era percibida en las comunidades rurales. Puede ser que hayan sentido tener una importancia que no tenían. Quizá los más jóvenes; quizá los adolescentes lo consideraban importante. Pero no estoy seguro de que haya tenido algún efecto duradero en cómo se percibía a la gente, excepto en el caso de quienes hicieron declaraciones increíblemente impactantes, como Billy Crane en la isla de Fogo, Olga Spence en Port Au Choix o Ray Ward en la costa de Labrador. Los demás los percibieron como personas sumamente importantes por lo que dijeron, no porque aparecían en la película. Quién puede decir si el prestigio de Billy Crane habría aumentado entre sus pares en la isla de Fogo por solo aparecer en la película si aquellos hubiesen detestado lo que dijo y estado en desacuerdo, y ésa hubiera sido la impresión que tenían de Billy Crane en la película.

Wendy: Me refiero al efecto de verte a ti mismo en la pantalla.

Don: Creo que eso es tan subjetivo que ni siquiera lo podría comentar. No me parece que importe mucho. No me parece que importa en absoluto. Evidentemente, importaría si surge una circunstancia extrema en la que alguien realmente se deteste por lo que ve en esa imagen. Pero no olvides que el proceso que nosotros seguimos permite que se lo elimine antes de que alguien más lo vea. Y lo que es interesante es que nadie lo hace. No creo que Dan Roberts de la isla de Fogo, por ejemplo, se haya visto a sí mismo como una mejor persona por la enorme sabiduría que impartió a la gente de la isla de Fogo a través del material filmado. Simplemente, era Dan Roberts, tal como Dan Roberts pensaba y hablaba. La película no le cambió ni le hizo decir nada sabio ni nada que no correspondiera a lo que simplemente él era, y eso es lo que encuentro. Encuentro una enorme franqueza y sinceridad en los pobladores rurales cuando usan este medio. No tiene nada de astucia ni de manipulación. Podría usarse de manera manipuladora. Puedo imaginarme cómo. No me disgusta la palabra manipulador al examinar este proceso. Lo que es manipulador ocurre cuando un buen facilitador comunitario ve que algunas personas en la comunidad de su interés empiezan a identificar algo y a embarcarse en ello, y lo encamina en una dirección que podría conducir a algún tipo de salvación, a algún tipo de solución a un problema. Entonces, el buen facilitador usa ese material en un sentido manipulador. Se detiene y hace que la gente debata en torno a eso. ¿Qué pasa con lo que acaban de decir? Es justamente ese qué pasa lo que se usa. Lo que sucede con este tipo de filmación es que se empieza de atrás para adelante. Se comienza por lo que intentas lograr. No se intenta retratar a una persona maravillosa o de representar una idea maravillosa para una película que debe ser un producto acabado, un lindo documental. En este caso, te dices esto es lo que tenemos, ¿qué va a pasar ahora?

Wendy: ¿Estableces objetivos al inicio?

Don: Claro que sí. ¿Qué es lo que las personas quieren que suceda acá? Entonces, de allí vas hacia atrás y determinas cómo vas a usar la película para ayudar a que eso ocurra. La película es un producto secundario del proceso que Colin Low inició en la isla de Fogo.

Wendy: ¿Cómo ayudó la película al facilitador?

Don: De varias maneras. Primero al mostrarle a la gente que hay otras personas que tienen ideas constructivas y otras que podrían conducir a acciones perjudiciales para la comunidad. Lo segundo es que el proceso mismo le permite al facilitador ilustrar visualmente las cosas que no puede hacer en determinadas circunstancias. La película le ayuda a concentrarse en hacia dónde va en su trabajo. Ayuda a la comunidad a ver distintos puntos de vista, distintas técnicas que puede aplicar. También ayuda al facilitador a salir de esa comunidad y llevar su trabajo a otras que pueden beneficiarse de las fortalezas de aquella que aparece en la película.

Wendy: ¿Te refieres a traerlo de vuelta?

Don: A llevarlo a otras comunidades, a extender el proceso de aprendizaje de la comunidad donde ha venido ocurriendo a otras donde todavía no ha sucedido.

Wendy: En ese sentido, ¿ves la película como un catalizador?

Don: Muchísimo, pero en mi opinión la forma en sí misma no es muy útil. Escoges a cien personas en la calle y las pones delante de la película de la isla de Fogo. Quienes son de la isla de Fogo probablemente la soportan porque trata de ellos como colectividad. Pero, usada de modo aleatorio, para otras personas no tiene ningún valor, o muy poco. Ahora posee algún valor histórico, por cierto, pero cuando se usa en situaciones de enseñanza formal, como por ejemplo en el Departamento de Folclor de la Memorial University, que ha utilizado mucho la película de Fogo a lo largo de los años, y lo hace constantemente. Puede que para alguien valga la pena verla. La han usado como punto de partida para la discusión y análisis de las creencias de la gente, etc.

Wendy: Lo veo como algo ajeno al proceso.

Don: Sí, por completo; es un derivado. Y hay muchos, pero no olvides que podría decirse que el uso de las películas en un sentido directamente educacional es un derivado del proceso. Yo no lo creo así, yo creo que forma parte del proceso. Considero que no sólo se trata de estimular emociones, sino también el intelecto y el aprendizaje formal, sólo que se usan situaciones y personas locales en ese proceso de aprendizaje formal.

Quarry, Wendy (1984). "The Fogo Process: An interview with Donald Snowden" en *Interaction*. Varanasi, India, Bhargava Bhushan Press. Reproducción autorizada por la autora.

El proceso de Fogo: la comunicación en apoyo del desarrollo en Canadá y el mundo en vías de desarrollo

Extracto de *La comunicación en el desarrollo: una perspectiva multinacional*

H. Anthony Williamson

ntroducción

En 1967, como parte de la "Guerra contra la pobreza" de Canadá, el Programa *Challenge for Change* (Reto para el cambio) de la Junta Nacional de Cinematografía de Canadá envió al renombrado cineasta Colin Low y a una unidad de filmación a Terranova (Newfoundland) para realizar un documental sobre la pobreza rural. Obtuvo la colaboración de Don Snowden, entonces director del Servicio de Extensión de Memorial University of Newfoundland. A Snowden le había enfurecido un informe del Consejo Económico de Canadá que describía la pobreza desde el punto de vista de un canadiense urbano del centro del país y que no tomaba en cuenta en absoluto el estilo de vida y las percepciones de los canadienses rurales. Fue idea suya hacer una serie de películas en Terranova, a través del Servicio de Extensión, para poner al descubierto este sesgo y mostrarles a los canadienses que la verdadera pobreza en lugares como la Terranova rural era la pobreza de información, aislamiento de la toma de decisiones, la falta de organización (Quarry 1984). Cuando se enteró de que *Challenge for Change* pretendía hacer una o varias películas sobre la pobreza rural en Terranova y que habían seleccionado a Colin Low, quedó encantado, porque era su admirador desde tiempo atrás. Cuando lo conoció, supo que era la persona correcta en el lugar correcto en el momento correcto.

Juntos exploraron la provincia en busca de un estudio de caso apropiado. Eligieron la isla de Fogo, una pequeña isla en la bahía de Notre Dame, frente a la costa nororiental de Terranova, donde vivían 10 comunidades con una población total de unas 5.000 personas. Como sucedía en muchas zonas de Terranova en esa época, a los isleños se les alentaba a reubicarse en "zonas de crecimiento" y una revalorización de la isla parecía improbable. Fogo ofrecía un microcosmos de muchas zonas rurales de Terranova. Más aún, el Servicio de Extensión tenía en la isla a Fred Earle, un trabajador de campo dedicado al desarrollo comunitario y a la educación para adultos. Por lo que se decía en la zona, todos lo respetaban y confiaban en él. Parecía ser la elección perfecta y Colin Low fue a Fogo en el verano, reclutó a algunos estudiantes locales como aprendices de su equipo de filmación y, con la ayuda de Fred Earle, empezó a entrevistar y filmar a los isleños de Fogo.

Veinte años atrás la isla de Fogo y la Terranova rural presentaban un contexto social tan distinto del de hoy que es difícil imaginar el entorno en el que se llevó a cabo el proyecto fílmico, pero es importante conocer el contexto, porque fue el escenario de un proceso de comunicación que se ha llegado a conocer en el mundo entero.

El proceso de Fogo

En la década de 1960, no había acceso por tierra a la mayoría de las islas costeras rurales. Muchas carecían de electricidad, teléfonos, televisión, periódicos e incluso de una recepción confiable de radio. Con una larga historia colonial, Terranova recién se había convertido en provincia de Canadá en 1949. La provincia heredó y mantenía un gobierno altamente centralizado y el gobierno municipal o local sólo existía en los grandes centros regionales. El sentido de aislamiento se veía aún más exacerbado por el hecho de que más del 50% de la población rural —compuesta principalmente por descendientes de colonos pioneros provenientes de Irlanda y del oeste de Inglaterra— era funcionalmente analfabeta en más de 1.000 islas costeras. En estas pequeñas islas, la autoridad la ejercían los comerciantes y clérigos locales, quienes actuaban como intermediarios de la información enviada y recibida del centro de la toma de decisiones en St. John's, la capital de Terranova. El paternalismo de la iglesia, el Estado y el comercio ayudaron a convencer a los iletrados isleños de que lo que sabían era de poco valor. Equiparaban conocimiento con "estudios" y se consideraban ignorantes, pese a toda una gama de habilidades que habían sido transmitidas y acumuladas de generación en generación.

El Servicio de Extensión de Memorial University tenía sólo tres trabajadores de campo en 1967. Eran hombres experimentados de las zonas rurales de Terranova que eran pioneros en un proceso de educación comunitaria conocido como desarrollo participativo. Los trabajadores de campo vivían en las comunidades y compartían las vidas y aspiraciones de los pobladores. Habían establecido un patrón de mutua confianza y crecimiento. Este tipo de labor de extensión era único entre las universidades canadienses. El trabajo en equipo de Colin Low y Fred Earle forjó un proceso que imprimió una nueva dimensión al naciente programa *Challenge for Change* y al Servicio de Extensión. Puesto que empezó en la isla de Fogo, ahora es conocido como el Proceso de Fogo.

La isla de Fogo

En lugar de producir un solo documental social sobre el tema de la pobreza rural, Low produjo una serie de unos 28 "módulos" sin guión que mostraban a isleños de Fogo hablando sobre una gama de preocupaciones e intereses: la pesca, la ubicación de una escuela secundaria, las cooperativas de productores, la construcción de botes, el papel de las mujeres, el gobierno local, los comerciantes, la reubicación de la población, etc. Los módulos mostraban a niños jugando con juguetes y juegos hechos en casa, una boda, danzas, una fiesta casera y relatos de cuentos, así como canciones. Las alegrías y fortalezas de la sociedad de Fogo se vieron representadas, así como los problemas y temores de la población. Los módulos se centraron en personalidades y personas comunes y corrientes antes que en temas. Lo que emergió de la totalidad de los módulos fue un panorama de la vida en la isla de Fogo tal como la percibían sus pobladores. Ellos eran los sujetos de los módulos, en lugar de los objetos de las percepciones de un guionista. Son justamente estos módulos y la forma en que se usaron en el contexto del desarrollo participativo lo que ahora se conoce como el Proceso de Fogo.

En el otoño de 1967, después de que las películas en blanco y negro de 16 mm se revelaron y editaron en módulos en la Junta Nacional de Cinematografía, se llevaron de vuelta a la isla de Fogo y se mostraron a los pobladores en una serie de exhibiciones comunitarias. En cada reunión, el extensionista, usando las películas como catalizadores, dirigía un debate sobre algún tema de desarrollo que preocupaba a los isleños. El carácter modular de las películas facilitaba su utilización, porque cada exhibición podía incluir el material más apropiado o de mayor interés para cada comunidad específica o para el grupo específico reunido.

Se produjeron una serie de reacciones y respuestas que no estaban relacionadas específicamente con el contenido de las películas y que no se habían previsto. Al mirarse a sí mismos o a sus amigos y parientes, se vieron por primera vez desde otra perspectiva, como otros podrían verlos. Muchos vieron por primera vez que ellos efectivamente tenían conocimientos, habilidades, fortalezas y un estilo de vida que tenían valor y, más aún, que ellos y sus

amigos se expresaban articuladamente. Como decía Andrew Brett, de Shoal Bay, en un módulo:

> «Ya no debemos tener miedo de esas cosas. Lo que sabemos debemos hacer que la gente sepa que sabemos y salir y hacer algo [...] Así sabrán lo que podemos hacer [...] Hagamos que la gente sepa qué somos capaces de hacer y lo que sabemos. Si no, nunca se nos conocerá» (Brett 1967).

Las personas que se vieron en las películas, y los isleños de Fogo en conjunto, sintieron una mayor autoconfianza, no sólo en el valor de sus propias vidas, sino también en su poder de expresarse y de hacer algo respecto de su existencia.

En este proceso de reafirmación, muchos vieron que, como isleños, estaban divididos unos contra otros, comunidad contra comunidad. De pronto descubrieron que, como isleños de Fogo, eran una sola comunidad y que si aunaban esfuerzos por el bien común de la isla, tenían una mejor oportunidad de desarrollo. De esta manera, las películas se convirtieron en un catalizador de la construcción de un consenso.

Por último, con su nueva confianza y consenso recién hallados, y con la ayuda del extensionista de Memorial University y los agentes de desarrollo rural del gobierno provincial, las películas también sirvieron de catalizadores de la acción. En las reuniones, los isleños no sólo constataron que compartían los mismos intereses, sino que también empezaron a elaborar estrategias de acción.

Resulta tentador decir que las películas en sí mismas fomentaron todas estas cosas y trazar relaciones lineales entre las películas y las acciones y el desarrollo subsiguientes, pero hacerlo sería incorrecto. El Proceso de Fogo, tal como empezó a surgir de las filmaciones y exhibiciones en la isla, estuvo vinculado crucialmente a un programa sostenido de desarrollo comunitario de la universidad y el gobierno. Aunque la atención que recibió la isla de Fogo (el "efecto Hawthorne") debido a la filmación y a las exhibiciones de las películas ciertamente aceleraron el desarrollo en la isla, una recepción pasiva de las películas, aislada de debates constructivos y reuniones de planificación y seguimiento, no habría pasado de ofrecer, en el mejor de los casos, un momento pasajero de entusiasmo e interés.

Otro elemento del Proceso de Fogo fue la exhibición de las películas ante los Ministros del Gabinete del gobierno de Terranova y Labrador. En ese momento, el rector de Memorial University temía que las críticas al gobierno en algunos de los módulos causaran problemas políticos para la universidad. Sin embargo, los Ministros que vieron las películas reaccionaron favorable y constructivamente, e incluso fueron filmados mientras respondían. Lo más importante fue que el gobierno se convenció de que, aparte de la reubicación, existían alternativas de desarrollo para la isla de Fogo. Se convirtió en socio de los pobladores de Fogo, una asociación forjada, por lo menos en parte, con el ímpetu que dieron las películas.

Es importante recordar que el Proceso de Fogo se dio de esta manera en gran parte por el aislamiento, la falta de comunicaciones electrónicas y de acceso a la toma centralizada de decisiones. El predominio generalizado de estas condiciones fue lo que llevó al Servicio de Extensión de Memorial University a incorporar el Proceso de Fogo a su programa de desarrollo comunitario en otras zonas rurales de Terranova y Labrador.

Bibliografía citada

Brett, Anthony (1968). Módulo en blanco y negro, 16 mm, 13 minutos, en Shoal Bay. St. John's, Newfoundland, Memorial University of Newfoundland, Educational Technology Division, School of Continuing Studies.

Quarry, W. (1984). "The Fogo Process - an Interview with Donald Snowden" en *Interaction*, 2. Varanasi, India.

Williamson, H. A. (1990). "The Fogo Process: Development Support Communication in Canada and the Developing World" en Casmir, Fred L. (ed.) *Communication in Development: A Multinational Perspective*. Norwood, New Jersey, Ablex Publishing Corporation. Reproducción autorizada.

Extracto de

Erskine Childers: un pionero de la comunicación para el desarrollo

Royal Colle

ntre los pioneros del campo que ahora conocemos como comunicación para el desarrollo se encontraba una unidad de las Naciones Unidas llamada el Servicio de las Comunicaciones en Apoyo al Desarrollo (DSCS), que operaba bajo el auspicio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). La sede del DSCS quedaba en Bangkok. Fue en el DSCS que las ideas empezaron a dar forma a un enfoque totalmente nuevo de la comunicación como parte de las intervenciones de desarrollo y Erskine Childers era la persona clave en el PNUD.

Muchos lo conocían por el trabajo innovador que supuso abogar por la comunicación como componente integral de los proyectos de desarrollo de la ONU. Un ejemplo de esto es el documento que él y su esposa Mallita Vajrathan dirigieron a las organizaciones de la ONU en 1968, un extracto del cual se presenta más adelante.

Aunque Childers no publicó ningún libro relacionado directamente con la comunicación para el desarrollo —como lo hicieron Lerner, Rogers, Schramm y otros destacados teóricos de este campo— sí escribió monografías y presentaciones que precedieron a algunos de los conceptos, principios y métodos que han surgido más prominentemente durante las últimas décadas [...].

Quizá la fuerza de su liderazgo en la comunicación para el desarrollo queda mejor demostrada en las propias palabras de Childers. En *Sharing Knowledge*, el programa de vídeo de la FAO sobre la comunicación para el desarrollo sostenible, dijo:

> «Si ustedes quieren que el desarrollo se afiance en los seres humanos que tienen que convertirse en agentes además de beneficiarios, que son los únicos que decidirán qué tipo de desarrollo pueden sostener una vez terminada la ayuda extranjera, entonces tienen que comunicarse con ellos, tienen que posibilitar que se comuniquen entre sí y con los planificadores en la capital. Ustedes tienen que comunicar las técnicas que ellos necesitan para decidir acerca de su propio desarrollo. Si no lo hacen, seguirán teniendo programas de desarrollo débiles o fallidos. Es así de simple».

Aunque en los primeros años de su vida profesional Childers era guionista de radio y televisión, especialmente sobre temas relacionados con asuntos internacionales y las Naciones Unidas, el ex especialista de comunicaciones de UNICEF, Jack Ling lo consideraba como un conceptualizador y un escritor prolífico que debía ser «plenamente reconocido» por su papel pionero en la comunicación para el desarrollo.

Entre 1967 y 1975, Childers vivió en Bangkok donde, con su esposa Mallica Vajrathan y otros, formuló las ideas y procesos que se convirtieron en la comunicación en apoyo al desarrollo. Desde su cargo como director del Servicio Regional de Comunicaciones en Apoyo al Desarrollo (Asia-Pacífico) de PNUD/UNICEF, exhortó a las agencias especializadas de la ONU y a los gobiernos nacionales a asignar más recursos a la comunicación ya que, como escribió en 1968, «ninguna innovación, por brillantemente diseñada y consignada que esté en

un Plan de Operaciones de proyecto, se convierte en desarrollo mientras no haya sido comunicada».

Muchos de quienes tuvieron la oportunidad de interactuar con Childers durante la última década en la Mesa Redonda de Comunicación para el Desarrollo recuerdan los retos que planteaba y la sabiduría que impartía en esos debates. Un integrante de la Mesa Redonda y experto en comunicaciones del UNFPA durante años, O. J. Sikes, dice:

> «Erskine era un verdadero defensor del pueblo. No inventó el concepto de participación, pero él y Mallica le dieron el aliento vital. Atrajo la atención mundial a los derechos de las mujeres. Hoy, estos conceptos, mal vistos cuando los planteó en la década de 1960, se han generalizado como cruciales para el desarrollo».

Childers y Vajrathan escribieron el siguiente texto en junio de 1968, mientras estaban en el DSCS en Bangkok. Titulado *Development Support Communications for Project Support* (Comunicaciones en Apoyo al Desarrollo para Apoyo de Proyectos), formaba parte de una colección de textos que Childers escribiría en los años siguientes abogando por la comunicación como componente vital de la planificación para el desarrollo. Un valor importante de este texto es que refleja las lecciones que él y su esposa aprendieron del trabajo de campo. Notablemente, con sólo actualizar la tecnología mencionada, es tan importante y pertinente hoy como lo fue hace más de tres décadas. El lector atento podrá discernir las referencias a la importancia de la investigación, la planificación y la estrategia de la comunicación, a los temas de participación y de género, y a la necesidad de una "reorientación burocrática", ingredientes todos importantes en la práctica de la comunicación para el desarrollo en el siglo XXI [...].

Childers y Vajrathan empiezan por señalar una diversidad de circunstancias en las que el desarrollo requiere del apoyo sistemático de la comunicación, tales como la necesidad de una participación mucho mayor de la población local en los proyectos, la confusión de los campesinos que surge de información contradictoria e imprecisa, la resistencia del público debido a actitudes tradicionales y a la desconfianza en la autoridad, la incapacidad de convencer a funcionarios clave del éxito de los proyectos piloto y la necesidad de presupuestar su expansión. También advirtieron la opinión popular generalizada de que los empleos en comunicación tenían un estatus inferior a los de los oficinistas. Adjuntamos el texto que sigue a su introducción.

——o——

Durante los últimos diez años o más, referencias como las señaladas [arriba] vienen apareciendo cada vez más con más frecuencia en los informes de proyectos de países en vías de desarrollo asistidos por la familia de la ONU o bien las dificultades resumidas en esas frases han sido las divisas de innumerables debates entre el personal de desarrollo de la ONU. Cada tipo de obstáculo a la implementación de proyectos abarcado por tales frases familiares es un obstáculo de comunicación. Sería vanamente optimista declarar que una mayor atención al uso de las técnicas de comunicación en los proyectos de desarrollo eliminaría del todo estos informes recurrentes. Pero no sería una exageración, a partir de de la evidencia acumulada, declarar que quizá ningún otro instrumento del proceso de desarrollo ha sido tan extremadamente descuidado.

Hay, por supuesto, proyectos asistidos por la ONU que no necesitan una labor especial de información y comunicación de apoyo. Pero, una vez que éstos y algunas otras categorías limitadas de proyectos se ponen a un lado, se debe decir que prácticamente todos los demás contienen un elemento considerable de comunicación. Son, después de todo, esfuerzos planificados para introducir y difundir innovaciones entre comunidades o grupos, y hacerlo intensiva y económicamente con fondos limitados a fin de comprimir los plazos de crecimiento y cambio que, de lo contrario, tomarían generaciones enteras.

Ninguna innovación, por brillantemente diseñada y consignada que esté en un Plan de Operaciones de proyecto, se convierte en desarrollo mientras no haya sido comunicada. Ningún insumo o construcción de recursos materiales para el desarrollo puede tener éxito salvo y hasta que las innovaciones —las técnicas nuevas y los cambios concomitantes de actitud que necesitará la gente para usar esos recursos— le hayan sido comunicadas.

Dicho esto, parecería que la cuestión es más clara que el agua. Sin embargo, no ha quedado clara en la formulación de los proyectos. Desde el momento en que un extraño aparece en el terreno de alguien portando consigo la autoridad gubernamental, un teodolito y algunas estacas, e hinca esas estacas en el suelo, se desata una larga reacción de comunicación en cadena. Empieza con el primer poblador que ve la estaca, se pregunta sobre ella, especula con un vecino y comienza a hacer preguntas que se esparcen entre una comunidad cada vez mayor de personas profundamente preocupadas. ¿Va el "gobierno" a tomar sus tierras? ¿Recibirán alguna compensación? ¿Tiene algo que ver con el agua? ¿Se inundará algún cementerio ancestral? ¿Es el agua nueva para el terrateniente o para nosotros? ¿Cuándo sucederá "esto"? El funcionario de extensión agrícola nos ha estado diciendo que empecemos una cooperativa, ¿vale la pena ahora? "Ellos" quieren que construyamos una escuela nueva, ¿estaremos acá, en nuestras tierras, dentro de cinco años y, si no lo estamos, para qué poner nuestras energías en una escuela nueva?

A los ingenieros que elaboraron el diseño y las especificaciones, el cronograma y los materiales y la logística para este proyecto asistido por la ONU no se les pidió, y no tendría por qué habérseles pedido, que tomaran en cuenta tales consecuencias inmediatas del primer acto de construcción. Pero, ¿se le solicitó a alguna otra persona contemplar, elaborar un plan concomitante de información, un plan deliberado de apoyo de la comunicación para explicar [...] a tiempo todo lo que sucedería en la comunidad y para empezar oportunamente la difusión en ella de las innovaciones necesarias?

En otra categoría completamente distinta de proyectos, la comunicación es su razón de ser: esfuerzos planificados de difusión de innovaciones entre el mayor número posible de personas comunes y corrientes o de capacitación de cuadros, ambas en períodos relativamente cortos. Toda la red de proyectos de desarrollo de salud, agricultura, formación vocacional y capacitación, y educación para adultos fuera y dentro de contextos escolares cae dentro de esta definición. Todos estos proyectos consisten, por sobre todo, en acervos de información o técnicas nuevas en manos de un número relativamente pequeño de personal de la ONU y sus contrapartes que deben ser comunicados a quienes los necesitan. La premisa fundamental de toda esta ayuda es que las innovaciones se pueden introducir y que la gente las adoptará mediante una labor especial y acelerada, en lugar de dejar el proceso a "varias generaciones de mejor y mayor educación", etc.

El corolario de esta premisa en todo este tipo de trabajo de desarrollo es, sin duda, que se necesitarán medios especiales para difundir las innovaciones; todos los medios que sea posible concebir. Muchas de las innovaciones —en realidad, la mayoría— se han diseñado a partir de experiencias en sociedades más desarrolladas. En dichas sociedades, a ningún planificador de programas de capacitación a personas automáticamente más capaces de adoptar una innovación dada se le ocurriría, si que es se respeta a sí mismo, omitir la planificación previa de, por ejemplo, películas, diapositivas, cuadros y otros materiales de apoyo al proceso de comunicación. Sin embargo, el hecho es que, hasta la fecha, en la familia de la ONU lanzamos una y otra vez proyectos de capacitación espectacularmente "grandes" para la difusión de innovaciones entre personas mucho menos preparadas para absorberlas, con sólo los materiales más rudimentarios de apoyo al proceso de comunicación [...].

Un factor temporal crucial del proceso de comunicación para el desarrollo ya se ha mencionado: que pretendemos comprimir los plazos de innovación y cambio de un lapso de generaciones a un lapso de años. En ese marco, hay un segundo factor temporal crucial: las fases del proyecto mismo. Dependiendo de si los beneficiarios del proyecto son toda una comunidad o un grupo seleccionado de cuadros, se supone que las innovaciones que habrán de difundirse se deben programar en fases a lo largo de un periodo de, quizá, cinco años cuando mucho, sean absolutos o por ciclo de difusión. La naturaleza de muchos de estos proyectos no deja margen alguno para demoras en ninguno de los componentes logísticos. A los expertos se les introduce según los años del proyecto; los cuadros que han recibido capacitación durante un año empezarán la la difusión de innovaciones el año siguiente; un canal de irrigación nuevo se llena de agua cuando se supone en la fecha en que los campesinos locales se supone que van a estar listos están listos para empezar a usarlo, primero para un tipo de cultivo, luego para un segundo cultivo, y así sucesivamente.

Dada la naturaleza de lo que este tipo de proyectos de desarrollo pretenden lograr no puede por ende haber, en la logística comunicacional, ningún margen de demora mayor que en cualquier otro elemento programado —hoy en día automáticamente— del Plan Operativo. No obstante, en todas las regiones en vías de desarrollo hay, ahora mismo, canales de irrigación llenos de agua que todavía no se usan; expertos e instructores para la Fase-Año X de proyectos que descubren los apoyos que necesitan en comunicación sólo cuando su fase está por terminar; y cuadros recién capacitados en implementación de proyectos que salen hacia sus lugares de difusión sin más ayuda que los textos y gráficos (bastante inadecuados) adquiridos en sus cursos. Los autores del presente texto son testigos de estos problemas todos los días del año en todos los sectores de desarrollo que actualmente reciben asistencia externa de la ONU (u otra).

En resumen, muchos proyectos asistidos por la ONU contienen, como prerrequisito para el uso eficiente y eficaz del modo de inversión, "componentes" de información o comunicación que deben planificarse previamente con tanto cuidado como todo el resto de la logística, actualmente automática. Los planes operativos deben especificar este componente y pormenorizar los recursos que demandará en cada fase del, quién los suministrará (la ONU o el gobierno), qué tipo de materiales de información (desde tarjetas y franelógrafos hasta películas en el idioma pertinente) y, por supuesto, un elemento que ya es muy familiar: qué equipos de comunicación se deben suministrar.

La gama de comunicaciones en apoyo al desarrollo con la que los planificadores de proyectos y, luego, los ejecutantes de campo podrían trabajar es muy amplia, mucho más que la de los denominados "medios de comunicación de masas" en la región occidental. Debe considerarse que los medios de comunicación en apoyo al desarrollo incluyen potencialmente todos los canales a través de los cuales pueden transmitirse caudales de información e ideas nuevas y necesarias a la audiencia del proyecto. Las jerarquías del personal gubernamental en los ministerios de desarrollo o afines son, en sí mismas, medios vitales. Asimismo, una simple feria tradicional de la comunidad, una partera tradicional o una presentación folclórica pueden contener un potencial de adaptación a una innovación de desarrollo mucho más poderoso que la alocución por altavoz de un técnico de la ciudad.

La técnica de comunicación que podría ser vital en un proyecto dado no necesita ser costosa ni requiere de equipos modernos complicados. Hemos visto obstáculos a la comunicación —que han viciado visiblemente toda una inversión de ayuda al desarrollo— tan sencillos como el hecho de que el personal de educación en salud no sabía cómo hablarle a una audiencia. Han sido bien capacitados respecto del contenido de las innovaciones de salud que deben difundir entre la población; conocen perfectamente

la tecnología; pero, sencillamente, no saben dirigirse a públicos de 30 ó 40 pobladoras.

Es igualmente importante que los planificadores de proyectos y los equipos recién formados de especialistas en comunicaciones en apoyo al desarrollo —que la familia de la ONU necesita desesperadamente— se den cuenta de que la "audiencia del proyecto" para una acción dada de comunicación de apoyo varía enormemente. No se trata en absoluto "del pueblo" en masa, sea a escala de país o de un distrito; tampoco se trata de los estudiantes de un proyecto de capacitación. También es posible que los escalafones del personal gubernamental que participa o debería participar en la implementación de un proyecto necesiten, por diversas razones, comunicaciones de apoyo planificadas y dirigidas. En el instante en que dejamos de pensar en los "medios masivos" en términos puramente occidentales (publicaciones, radio, cine, televisión, etc.) y consideramos la red total de comunicaciones que se debe activar para un proyecto de desarrollo, el asunto se vuelve evidente [...] [En este tipo de comunicación] podría ser mucho más importante que un proyecto alcance, motive y oriente a un rango claramente definido de empleados públicos como primera fase de las comunicaciones, que diseñar programas y materiales de comunicaciones dirigidos "al pueblo". Para los profesionales de las comunicaciones de apoyo al desarrollo, los "medios" o canales, también son una audiencia [...].

También es un axioma de este trabajo que cada acción de comunicación de apoyo al desarrollo y los materiales seleccionados y producidos para el efecto deben adecuarse muy cuidadosamente al público previsto. El desarrollo es la introducción intencional de una perturbación (relativamente) masiva en las vidas, actitudes, patrones de trabajo y relaciones socioeconómicas de grupos dados de personas, una perturbación intencionalmente comprimida, además, en lapsos de tiempo inusualmente breves. Exactamente qué y cuánto, y con qué rapidez, y sobre la base de qué premisas de incentivos mentales y materiales puede pedir el personal de desarrollo que haga un grupo definido de seres humanos es la esencia misma de todo el proceso. Pensemos en una película sobre ganado lechero que presenta máquinas de ordeñar eléctricas a campesinos que no las tienen y no tienen la menor posibilidad de tenerlas. No obstante, la acción comunicativa de exhibirles la podría implicar la acción de "pedirles" que consideren el ordeño eléctrico como una innovación. En un caso real, esta película indignó a los campesinos; se sintieron insultados y humillados. El desarrollo se detuvo tajantemente en ese momento.

Ciertas premisas fundamentales de las comunicaciones de apoyo al desarrollo se pueden inferir de esto. "Conoce a tu audiencia"... es un primer precepto de este trabajo de desarrollo. Es absolutamente vital saber el potencial o la capacidad de absorción de la innovación de un grupo dado de personas en cualquiera de las fases de un proyecto. En una gran cantidad de casos, sobre todo en las comunicaciones de apoyo dirigidas directamente a comunidades enteras, una investigación socioeconómica previa y pruebas de campo de los supuestos son de suma importancia.

Otra premisa crucial es que los programas de comunicaciones de apoyo al desarrollo y los materiales auxiliares que se utilicen (una película, un afiche, la radiodifusión) deben proponer sólo aquellas innovaciones que son factibles para la audiencia en vista de sus recursos actuales (y los que el proyecto inyectaría). Dicho esto, no hace falta mencionar que los materiales de información y comunicación hechos al otro lado del mundo, en países industrializados, que muestran a personas totalmente ajenas haciendo cosas totalmente ajenas en culturas ajenas y en niveles económicos y tecnológicos absolutamente irreales, no sólo son poco pertinentes sino que, como en el caso de la película sobre el ganado lechero, podrían actuar contra la innovación. De esto se deriva inexorablemente que los proyectos de desarrollo de la familia de la ONU necesitan materiales de comunicación de apoyo elaborados *ad hoc*, localmente o en situaciones comparables en otros (y

culturalmente aceptables) países en vías de desarrollo. Ésta no es una regla absoluta: hay ciertos tipos de materiales, sobre ciertos temas, que se pueden importar de los países de tecnología avanzada, y las películas y otros materiales de esos países pueden ser sumamente útiles en las etapas más avanzadas del proyecto. Pero, como regla general, se puede afirmar que las primeras acciones de comunicación de innovaciones en los proyectos de desarrollo asistidos por la ONU deben usar materiales que muestren la innovación en el país del caso, llevados a cabo por compatriotas.

Tipos de comunicaciones de apoyo al desarrollo

Una amplia compilación de experiencias de campo en materia de desarrollo da cuenta de muchas categorías de comunicaciones de apoyo necesarias que se repiten. La siguiente lista no se presenta en orden de prioridad ni de acción y no todos estos tipos de comunicación se necesitan en todos los proyectos. Las prioridades, la cronología de las acciones de comunicación en el curso del proyecto y las combinaciones de programas variarán con cada proyecto.

1. Amplia motivación pública

Cada proyecto de la ONU se emprende, con una contraparte nacional, en el marco de un "reservorio" general de actitudes públicas hacia el desarrollo en general o hacia el sector en particular de que se trate. La familia de la ONU debe tratar automáticamente de ayudar y fomentar los programas de comunicación de apoyo al desarrollo que motiven más eficazmente al público. En términos sectoriales, es posible que se lance un proyecto en un momento en que, de pura casualidad, la atención pública hacia el sector que se desea desarrollar es baja, o que los medios informativos nacionales jamás hayan presentado la necesidad de desarrollo en ese sector o no lo hayan hecho en muchos años. A menudo es cierto que el primer requerimiento de apoyo comunicacional para implementar un proyecto es simplemente (aunque no fácilmente) lograr que "la gente se ponga a pensar" en el sector en cuestión.

2. Motivación y orientación de los ejecutores del proyecto

Hasta la fecha, en la planificación e implementación de proyectos casi siempre se ha supuesto que si un ministerio nacional ha solicitado el proyecto y firmado el plan operativo, todos los empleados públicos del sector lo implementarán automáticamente. Ese supuesto es evidentemente disparatado, pero lo ratifica la falta de comunicaciones de apoyo para el personal nacional que implementará el proyecto.

Debemos evaluar cada proyecto para determinar qué ayuda —mediante ideas o materiales— podrían necesitar las autoridades nacionales para asegurar que los escalafones pertinentes del sector público, desde la capital hacia fuera, estén debidamente informados y motivados respecto del proyecto [...]. Según nuestra experiencia, una de las primeras necesidades sería un programa completo de información y comunicación diseñado para estos sectores [...]. El personal de campo de la familia de la ONU dedica actualmente cantidades enormes de tiempo a simplemente tratar de asegurar que siquiera un pequeño número de empleados públicos sobrecargados y mal pagados sepa lo más elemental de un proyecto: quién lo dirige, cuál es la cadena de mando y de resolución de problemas, de dónde vienen los suministros, cuál es el papel de los quizá dos o tres organismos de la ONU, qué se debe lograr en el Año 1, y sólo después de eso en el Año 2, y así sucesivamente. Todo esto es comunicación de apoyo al desarrollo para la implementación de proyectos. Actualmente, en la gran mayoría de proyectos dejamos todo el proceso crucial de "boca en boca" y a la correspondencia formal de un puñado de funcionarios de campo de la ONU que además tienen unas cuantas otras cosas que hacer.

3. Información para elites y niveles gubernamentales específicos

A menudo se requieren tipos de apoyo absolutamente vitales en estos niveles, sin los cuales —como los autores han constatado en innumerables casos— un proyecto entero se puede ver en peligro. Entre muchos, citamos:

El conocimiento interdepartamental de un proyecto dado y sus necesidades actuales y futuras es inmensamente importante. Cada vez más proyectos asistidos por la ONU son bi o multisectoriales y requieren para su funcionamiento de la coordinación de varios ministerios a nivel nacional y de campo. Y para que esto suceda no basta con que esté estipulado en el plan operativo. Sucede únicamente como resultado de comunicaciones continuas, planificadas de antemano y dirigidas, que inevitablemente requieren de materiales especiales en uno o más medios.

La motivación para la expansión y el seguimiento es otro problema [...]. En ciertas fechas bastante precisas del cronograma previsto de un proyecto, los responsables de tomar decisiones y encargados financieros del gobierno deben autorizar más pasos sin los cuales la inversión original en el proyecto no tendría sentido. Se debe autorizar, presupuestar, reclutar y capacitar a más personal de contraparte; el gobierno debe asumir los costos [de asistencia técnica] e implementar inversiones físicas y de recursos humanos de otro tipo. Todo esto se puede haber previsto y consignado en el plan operativo, lo que no significa que va a suceder cuando debe suceder. Una vez más, el primer requisito es la comunicación —a quienes toman las decisiones y a quienes influyen en ellas, incluso fuera del gobierno— de las acciones necesarias y del avance del proyecto que las justifica, a través de la prensa y de otros medios [...].

Es [característico] de este problema, al igual que de muchos otros en la comunicación de apoyo al desarrollo, que la gente a la que se necesita llegar no puede ser llevada físicamente a un lugar donde vean el propósito y el avance del proyecto con sus propios ojos. El proyecto tiene que serle llevado; una vez más, un ejercicio de comunicación planificado usando materiales y técnicas modernas.

4. Necesidades de comunicación en la capacitación de cuadros

El área en que quizá se ha hecho más evidente el papel de la comunicación de apoyo planificada y dirigida es, por supuesto, la capacitación. Pero, una vez más, como podrían contar los ahora literalmente miles de instructores de la ONU y sus contrapartes, podemos percibir una falta de calidad y cantidad en la capacitación, que es mucho más grave en los países en vías de desarrollo que en los industrializados. En la introducción hemos mencionado que este fenómeno de la difusión de innovaciones en los países en vías de desarrollo exige un aprovechamiento más sistemático de las técnicas modernas de la comunicación que en los países de donde provienen las innovaciones. Nuestros instructores necesitan todo tipo imaginable de ayuda diseñada para sus aprendices: películas, diapositivas, mejores gráficos y demás materiales impresos [...].

Podemos afirmar categóricamente que no se debe formular ningún proyecto si, en ese mismo momento, no se evalúa, presupuesta y planifica la producción del componente de materiales auxiliares localmente adecuados. En muchos casos [...] esto exigirá que expertos en técnicas de comunicación realicen estudios y evaluaciones en el país beneficiario. Sólo mediante dicha evaluación local es posible determinar en forma realista hasta qué punto pueden los medios nacionales producir oportunamente los materiales necesarios y la medida en que la agencia de la ONU deberá suplementar los recursos nacionales. Tal evaluación previa costará dinero, [pero] cualquier evaluación clínica de la eficacia de los proyectos de capacitación existentes mostrará rápidamente que, en muchos de ellos, la inversión ha estado viciada por

haberse descuidado este elemento. Consideramos que es absolutamente legítimo afirmar que en la capacitación, así como en todos los demás tipos de proyectos referidos en este texto, ha llegado la hora de invertir en comunicación para ahorrar los fondos de asistencia de la ONU.

El apoyo de la comunicación en los proyectos de capacitación abarca muchas necesidades que van más allá de los materiales para la clase o demostración, tales como el reclutamiento de aprendices: sin una comunicación planificada, ningún proyecto de capacitación puede seleccionar a los mejores candidatos en términos de número y nivel óptimo de solicitantes de la base geográfica prevista para el proyecto. Nosotros y nuestros socios nacionales afrontamos el elemento de urbanización en este campo: el problema de capacitar a gente que se quedará (o que es más probable que se quede) en las zonas rurales o, por lo menos, en los pueblos provinciales [...].

5. Diseminación de la investigación aplicada

Otro ejemplo muy común del factor arriba mencionado se puede ver en el caso de los numerosos institutos de investigación aplicada asistidos por la ONU en un sector de desarrollo dado. El plan operativo puede haber previsto sólo el establecimiento e implementación del instituto, bajo el supuesto implícito de que el gobierno (y las instituciones educativas) se encargaría de diseminar la tecnología práctica producida en dicho instituto. En algunos casos, los proyectos de estos institutos sí incluyen el elemento de diseminación del uso industrial, pero no, por ejemplo, el de diseminación a nivel de extensión.

Las observaciones de campo de los autores del presente trabajo los obligan a plantear dos sugerencias respecto de dichos proyectos. La familia de la ONU debe, por lo menos, asegurar que el trabajo del instituto y las innovaciones que desarrolle se pongan en conocimiento del público y de la elite mediante un documento de comunicación (película, folleto, lo que se considere mejor) que se pueda usar en las escuelas y universidades.

A lo más, debemos plantear si, en la evaluación de todos los pedidos de proyectos para tales institutos, la ONU no debería adoptar como norma la disciplina de plantear la pregunta sobre cuál es el criterio del gobierno: "¿Cómo exactamente se diseminará esta tecnología para uso práctico urgente en el desarrollo?" Si esta pregunta se hace como ejercicio automático, consideramos que, en muchos casos, cambiará el criterio y la formulación del proyecto mismo. La experiencia práctica acumulada indica que es desde muchos de estos institutos que fluirá la mejor cadena de difusión de innovaciones (posiblemente la organización y capacitación misma del personal de extensión, por ejemplo), si así se planificara y concertara. Consideramos al menos que la experiencia demuestra que es al inicio de tales proyectos, antes de que la presencia de la ONU se retire gradualmente, que debería empezar la programación concreta de la difusión de innovaciones en estrecha relación con el instituto. Es muy probable que, para que se obtenga la máxima eficacia de la inversión de la ONU, su agencia involucrada deba estar preparada para también ayudar en esta difusión de innovaciones.

A partir de todos estos casos ya debe ser obvio que es necesario incorporar el mismo tipo de programa de comunicación de apoyo investigado y planificado previamente en los planes operativos como componente directo: la contraparte permanente de expertos, los materiales que se deben producir y el financiamiento apropiado. Los institutos son torres de marfil sin comunicaciones planificadas.

6. Comunicación de apoyo cercano para proyectos

Por último, en este resumen necesariamente amplio de las necesidades de apoyo, está lo que llamamos el trabajo de "apoyo cercano" para proyectos de todo tipo. En casi todos los proyectos asistidos por la ONU aquí referidos, hay "comunidades del proyecto" y personal de implementación bastante específicos. Un proyecto puede ser de alcance nacional, pero generalmente tiene sectores definidos y a menudo funciona por fases de expansión o en toda una región o distrito específico (por ejemplo, una represa, una cuenca hidrográfica, etc.). Suponiendo que la labor de comunicación a nivel de los servicios gubernamentales está encaminada y que existe una conciencia y receptividad nacional general, el proyecto sigue necesitando bastante apoyo cercano de las comunicaciones.

En éste, así como en otros niveles, nosotros y nuestros socios en el desarrollo nacional apenas si hemos empezado a usar el potencial de las técnicas de comunicación planificadas y ajustadas a cada proyecto. A un costo muy bajo por año de proyecto, podríamos ayudar a equipar cada proyecto con un cronograma debidamente estudiado y escalonado de información y comunicación de apoyo; primero, para preparar a la comunidad del proyecto para la "llegada" del proyecto (por ejemplo, el asunto de las estacas de los topógrafos); segundo, para explicar a la gente qué intenta lograr el proyecto en su favor, en sus términos de referencia en ese momento, y para responder tanto a sus preguntas fácilmente previsibles como a las preocupaciones más profundas (mediante estudios socioeconómicos previos apropiados) que desencadenará la perturbación producida por el proyecto; tercero, para incentivarla a participar por motivos que le sean tangibles, y para demostrarle los recursos que puede tener para contribuir a la labor; cuarto, en concordancia cuidadosa con el cronograma previsto del proyecto, para presentar a la comunidad las innovaciones específicas —en producción, métodos de trabajo, aprovechamiento y gestión del medio ambiente, higiene, cualesquiera sea el sector— cuya adopción determinará el éxito del proyecto.

Se debe subrayar enfáticamente que en la actualidad el panorama general de la implementación de proyectos a ese nivel es sumamente deficiente en cuanto a los métodos expuestos y a los materiales de comunicación diseñados a partir de ellos.

Capacidad nacional de comunicación de apoyo al desarrollo

Es por supuesto fundamental en la política de proyectos de la familia de la ONU que no podemos emprender —ni podríamos— por nosotros mismos y por nuestra cuenta las comunicaciones de apoyo al desarrollo en los países miembro. Pero frente al descuido general de estos instrumentos hasta la fecha y a la escala del problema, incluso estrictamente en los proyectos asistidos por la ONU, las capacidades actuales de los medios nacionales no se deben sobrestimar. Se podría hacer mucho más por proporcionar comunicaciones de apoyo útiles usando los recursos nacionales existentes con una disciplina eficaz de comunicación en la evaluación y formulación de los proyectos, pero no debemos hacernos ilusiones acerca de la magnitud de la asistencia externa adicional que también se deberá proporcionar.

Un estudio detallado país por país del papel y la capacidad actuales de los medios nacionales en lo que denominamos la comunicación de apoyo al desarrollo está fuera del alcance del presente texto. A partir de la experiencia adquirida por los autores en varias regiones, sin embargo, consideramos que podemos hacer algunas observaciones generales legítimas.

1. Apoyo a nivel de proyecto

En la mayoría de los países que reciben asistencia de la ONU para el desarrollo, las autoridades nacionales buscan constantemente generar un amplio clima de opinión de apoyo al desarrollo para motivar la participación y contribución de la gente al progreso económico y social. Hemos dicho que este tipo de amplia motivación nacional es muy importante, incluso para la implementación de los proyectos. Pero el "incluso" es crucial. Una comunicación de apoyo amplia y

nacional no proporciona por sí sola la comunicación de apoyo a nivel de la implementación de los proyectos; hasta podría perder su impacto si no se complementa con el apoyo a nivel de proyecto.

Una campaña de "cultivo de más alimentos" a todo lo largo y ancho de un país se vuelve real sólo cuando los agricultores en zonas específicas de cultivo, clima y suelo reciben los insumos y las innovaciones que necesitan. Debemos resaltar que es crucial para todo el tema del presente trabajo que ésta es una de las "fallas" ocultas de gran parte del trabajo realizado por las autoridades nacionales en el campo de la comunicación de apoyo al desarrollo [...].

2. Llegar a las aldeas

Entre los funcionarios nacionales que administran los programas de desarrollo, incluidos los que reciben asistencia de la ONU, existe no sólo la tendencia universal a descuidar el poder de las técnicas de comunicación, sino también el supuesto generalizado de que, dado que sus propios ministerios poseen infraestructuras de empleados públicos inclusive a nivel de distrito y de aldea, "ya estamos en contacto estrecho con la población".

No es que este punto de vista sea exclusivo del sector público de los países en vías de desarrollo, sino que la realidad detrás del paisaje es mucho más severa en ellos. El funcionario público de alto mando en la capital tiene la imagen de una red nacional de "canales al pueblo" en sus escalafones subalternos. Estos "canales" son, en realidad, funcionarios de bajo mando mal pagados y sobrecargados de trabajo, generalmente renuentes a trabajar en zonas rurales o de bajo estatus, que trabajan en condiciones laborales deficientes, con un transporte precario, y desbordados con instrucciones mimeografiadas interminables y a menudo apenas legibles sobre un programa y un problema administrativo tras otro.

Hemos estudiado las líneas de comunicación de información objetiva básica sobre proyectos de desarrollo nuevos a través de estas redes en muchos sectores diferentes. Lo usual es que la información sobre el nuevo proyecto que debe transmitir la jerarquía al "pueblo" constituye sólo un elemento pequeño entre los problemas administrativos rutinarios de la semana. Para cuando la transmisión ha pasado por el calor o el frío, la lluvia o el polvo, las descomposturas de los vehículos o los alojamientos horrorosos, y para cuando los escalafones inferiores de campo han procesado toda la demás información administrativa de rutina, el proyecto ha perdido gran parte de su gloria capitalina. Cuando entonces la noticia debe filtrarse a través de los líderes comunitarios locales —por ejemplo los mayores de la aldea o el alcalde, también atribulado por su propio volumen burocrático— el nuevo proyecto tendría suerte si gozara de dos minutos de atención al paso. El hecho que desde el primer momento de la comunicación interpersonal se introducen imprecisiones y omisiones de datos vitales que pueden afectar la reacción de la comunidad no es el menor de los problemas.

3. Especialistas en comunicación para el desarrollo

El supuesto arriba descrito de que la comunicación para el desarrollo viene incorporada en la burocracia pública de un país, se combina en muchos lugares con el desconocimiento de que las técnicas modernas de comunicación pueden ser instrumentos de desarrollo. Todavía prevalece la idea, entre muchos responsables de tomar decisiones y de administrar los presupuestos, de que los medios como la radio, las películas y la televisión son "artículos de consumo que deben esperar hasta que se produzca un crecimiento económico adecuado", y no instrumentos que pueden contribuir al crecimiento [...].

Este punto de vista, fuera de las deficiencias en la infraestructura y los equipos básicos que perpetúa, también produce desaliento y, a menudo, indiferencia en el personal de información del gobierno. En cualquier país donde exista algún tipo de industria de comunicaciones privada o comercial —radio, televisión, cine, periódicos privados— las personas de mayor talento buscan el sueldo más alto fuera del gobierno. Por definición, este talento le está totalmente negado a la comunicación para el desarrollo.

El proceso es, por supuesto, un círculo vicioso. Es poco probable que el personal de información mal pagado y de segundo nivel que trabaja con presupuestos exiguos estimule el interés y el respeto por su papel en el desarrollo entre los encargados gubernamentales de las decisiones y de los presupuestos.

4. Destrezas para la comunicación para el desarrollo

Estos factores se unen, a su vez, a otra influencia muy poderosa que actualmente opera en contra del tipo de comunicaciones de apoyo al desarrollo que, como hemos descrito, se necesitan con tanta urgencia. El personal nacional de información todavía sigue integrado, en su gran mayoría, por personas urbanas, de clase media (o más alta) y occidentalizada en sus conceptos de la comunicación. Distinguimos toda una serie de consecuencias prácticas derivadas de esto:

a. El supuesto dominante es que se trata de un trabajo de diseminación de "noticias" o de "publicidad" y, generalmente, en términos de prensa, puesto que la mayoría del personal de información ha llegado al gobierno desde el mundo de la prensa o ha recibido formación en periodismo que permanece orientada a los medios impresos. La producción del material informativo se basa ampliamente en los conceptos de notas de prensa, casi siempre acompañadas de fotografías de un ministro u otro alto dignatario [...].
   Nuevamente, ahí se produce un círculo vicioso. Esto es lo que la mayoría del personal nacional de información hace y se considera que hace; esto es para lo que la mayoría de las autoridades nacionales piensa que se les paga; esto es, por consiguiente, lo que se espera que sigan haciendo si quieren contar con el presupuesto del próximo año. Éste es todo el incentivo o, a menudo, el equipo o el tiempo que el personal de información tiene a su disposición. No es raro, por ejemplo, encontrar a una unidad de filmación con sólo dos camarógrafos de quienes se espera que produzcan hasta 20 "documentales sobre desarrollo" tipo noticiario al año, además de un noticiario semanal.
b. Por ser urbanos (o urbanizados), por trabajar en ciudades bajo la presión y la influencia administrativa constante de personas como ellos, y hacerlo con una tecnología inspirada de la perspectiva inevitablemente urbana de la sociedad occidental donde se originó, estos profesionales nacionales de la información inevitablemente tienden a producir para públicos urbanos [...].
c. Aún otras consecuencias se derivan de esto. La orientación de "nota de prensa" hace que el contenido de los materiales sea muy amplio y generalizado. El concepto dominante de "propaganda nacional" —la necesidad de hablar a toda la nación en un documento dado— tiene el mismo efecto. Pero, ya que quienes producen el material tienen poco contacto real o profundo con la enorme mayoría rural de la nación, la generalización se vuelve efectivamente urbana. Si una película se produce teniendo en mente un público de cine, debe ser muy corta si no aborda un tema de "entretenimiento". Si el público en los cines es predominantemente urbano, tiene que dirigirse a ellos en primera instancia. Si los productores no son sólo urbanos, sino también orientados a la clase media, hasta su representación de la vida rural tenderá a ser efímera y algo romántica, aun cuando muy posiblemente esté infundida de motivaciones auténticas y patrióticas de simpatía por la población rural pobre.
   [Pero] las aldeas de los países en vías de desarrollo están llenas de actores naturales para los fines de la comunicación de apoyo al desarrollo. Sin embargo, es muy común que un productor

de cine traslade de la ciudad a una aldea todo un elenco de actores y actrices para interpretar papeles documentales y no estelares.

d. La comunicación de apoyo al desarrollo, hemos afirmado antes como premisa categórica, se debe adecuar cuidadosamente al público. Exige una atención bastante escrupulosa y una investigación óptima del entorno socioeconómico y sociosicológico de la población a la que va dirigida y de su capacidad de absorción de las innovaciones. Es casi seguro que la formación "occidental" o el ambiente social y la orientación tecnológica occidentalizados del personal de información militen contra esta perspectiva y esta prioridad creativa.

Un periodista convertido en funcionario gubernamental de información que tiene este tipo de formación "occidental" ha sido entrenado para informar sobre "los hechos": no para tratar de motivar a los lectores, cambiar sus actitudes ni alentarlos a adoptar técnicas nuevas. Más aún, ese tipo de prácticas son vistas con desaprobación y como encaminadas hacia el "1984" [de George Orwell]. Pero una práctica hábil de comunicación de apoyo al desarrollo exige una atención incesante a cómo alcanzar, interesar, informar y motivar muy intencionadamente a la gente.

Un productor de cine documental con una orientación "occidental" considera que su oficio se ve mejor presentado cuando se "expresa a sí mismo" visual y sonoramente. [Pero] no es nada alentador —en términos de las necesidades masivas que venimos describiendo— preguntar a cineastas en los países en vías de desarrollo qué es lo que más les gustaría producir y recibir invariablemente como respuesta descripciones de ideas cinematográficas adecuadas para públicos, dentro de sus países, equivalentes a los entusiastas de la vanguardia de París, Londres, Nueva York o Montreal.

e. Una autenticidad escrupulosa en los detalles y una selección bien pensada de la información técnica correcta también son requisitos de la comunicación de apoyo al desarrollo. No es necesario explayarse en cuanto al hecho de que la gran mayoría del personal de información actual, en cualquier medio, no ha recibido ninguna capacitación que le permita traducir eficazmente la tecnología de desarrollo a su medio respectivo. Tampoco se les da tiempo ni se les anima a tener la enorme paciencia que tan detallado trabajo de comunicación demanda. El lector que tenga experiencia práctica en la televisión o radio educativa, o en la producción de programas científicos o técnicos, advertirá de inmediato estos problemas. Se está haciendo una película sobre agricultura y se necesitan tomas de un tipo particular de semilla y su cultivo. Así dice el guión y la locación queda a treinta millas de la ciudad. Pero la unidad de filmación está cansada, es mal pagada, está completamente atareada, y hay un terreno de demostración en una universidad en la ciudad. La toma se hará allí. Los pobladores a quienes está dirigida la película percibirán el engaño de inmediato. La utilidad de la película prácticamente se ha destruido.

Entre los innumerables ejemplos que conocemos de estos problemas, discernimos otra causa, que es la actual y profunda "brecha comunicacional" entre el personal nacional de información y los encargados de implementar el desarrollo. Así como en la familia de la ONU el personal de programas y el técnico no siempre han tomado muy en serio a los funcionarios de información pública, esta misma actitud existe en los ministerios y organismos de desarrollo asociados. Los técnicos de desarrollo a menudo son de la opinión de que el personal de información es, en general, fastidioso e impreciso y "nunca está cuando lo necesitamos y nos fastidian cuando no lo requerimos" o anda "preocupado por fotografiar a los políticos". Una vez más, el círculo vicioso es evidente. Hasta la fecha, nadie ha pedido, alentado ni equipado a estos funcionarios de la información para que alcancen el nivel de pericia profesional en apoyo al desarrollo que haría que los técnicos del

desarrollo los consideren como colegas serios con habilidades que los programas necesitan urgentemente.

f. Si bien los factores anteriormente mencionados militan fuertemente en contra de cualquier optimismo respecto de la capacidad nacional de apoyar la implementación de proyectos mediante las comunicaciones, debemos reconocer también algunos otros problemas muy prácticos. Uno clave es, sencillamente, el tamaño de los recursos técnicos disponibles en un país que recibe asistencia de la ONU para el desarrollo. Nuestra experiencia demuestra que el equipo existente y el personal potencialmente útil se ve agobiado por lo que nosotros hemos llamado la producción de materiales de amplio apoyo al desarrollo nacional, especialmente por medio de películas. En los países donde hay unidades gubernamentales de cinematografía (y no las hay en muchos), éstas apenas pueden completar la cuota anual de películas demandada por los distintos ministerios, además de los inevitables requerimientos urgentes (la visita de un jefe de Estado, un desastre, una guerra). Tal como hemos descrito, estas películas por lo general son de contenido muy general y sólo pueden contribuir a la implementación de proyectos en lo que a mejorar el clima general de opinión se refiere.

Otra dificultad común es que los recursos de equipos y personal que necesitamos para la comunicación de apoyo a nivel de proyecto son sumamente difusos y dispersos en las estructuras gubernamentales. En muchos países la tendencia histórica es que cada ministerio cree su propia división de información o de relaciones públicas, pero privándola de la pequeña cantidad adicional de fondos que podría hacerla realmente viable. Como es usual en las escalas de autoridad humana, si se crea un servicio central de información, quizá nunca reciba los recursos que necesita porque los ministerios son renuentes a apoyarlo a expensas de su propio departamento de información pública. Para la implementación de proyectos de la ONU, que tan a menudo se canaliza a través de ministerios sectoriales específicos, ésta constituye una dificultad adicional.

Conclusiones a partir de la evaluación anterior

En la reseña anterior sobre las capacidades nacionales para este tipo de trabajo de comunicación, hemos sido tan realistas como lo exige nuestra experiencia práctica a lo largo de muchos años y en todas las regiones. Pero debemos subrayar que muchos de los problemas descritos en las esferas nacionales se pueden superar, algunos rápidamente, otros a lo largo de un periodo de asistencia planificada. A grandes rasgos, hay cuatro categorías que es necesario mejorar en los recursos nacionales disponibles para la comunicación de apoyo al desarrollo:

1. *La expansión y mejora de las infraestructuras de comunicación* es una necesidad evidente en muchos países y, por supuesto, ha sido objeto de mucha atención, particularmente en la UNESCO y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). A la vez que se recalca la necesidad de que continúe y aumente este tipo de asistencia, agregamos que, en muchos casos, una apropiada evaluación previa de las necesidades de comunicación de apoyo para un proyecto dado de la ONU podría sugerir un insumo específico de equipo y, posiblemente, de personal de capacitación de corto plazo. En general y hasta la fecha, esto se ha hecho sólo en lo que concierne al suministro de equipos básicos como proyectores de cine, de diapositivas, equipo para cuarto oscuro y grabadoras de audio. En casos específicos de proyectos con un elemento de comunicación grande y de relativamente largo plazo, prevemos insumos mucho más integrales y, como se explicó antes, mucho más eficaces en función de los costos, ya que un proyecto de cine sin nada que proyectar no es muy útil.

2. *La orientación de las autoridades nacionales sobre la comunicación de apoyo al desarrollo* es una segunda necesidad vital, incluso para la implementación eficaz de aunque sólo fueran los proyectos asistidos por la ONU (y suponemos en todo el presente texto que también queremos ayudar colectivamente a una mayor eficacia en todo tipo de desarrollo). A partir de nuestra propia experiencia concreta, no podemos recalcar suficientemente la importancia de la asistencia externa de la familia de la ONU en este sentido [...].
3. *La capacitación o recapacitación del personal nacional de información* en todos los medios de comunicación de apoyo al desarrollo es algo que se necesita desesperadamente en casi todos los países. Lo que se requiere es nada menos que la formulación de toda una nueva disciplina y especialización profesional en este tipo de trabajo de información, con estatus, normas, metodología y uso racional de los recursos.
4. *La aplicación del sistema y los recursos de la familia de la ONU* a este instrumento nuevo de la comunicación de apoyo al desarrollo será esencial en todas las regiones para una mejor implementación de los proyectos. Dentro de la familia de la ONU debemos crear un cuerpo de especialistas en estas técnicas particulares de comunicación, una contraparte de los recursos nacionales mencionados anteriormente (evidentemente mucho mayores numéricamente). Debemos subrayar que en nuestra experiencia con este tipo de trabajo nada indica que los cientos de componentes específicos de la comunicación de apoyo para un proyecto dado, que en este momento faltan en los proyectos asistidos por la ONU, serán suministrados por los recursos nacionales por sí solos. Se necesita asistencia a gran escala por parte de la ONU.

——o——

En páginas anteriores hemos señalado el sistema, los métodos y los recursos nuevos que exigirá esta labor. Ya ha empezado el trabajo en este sentido tanto en la sede como en el Servicio de las Comunicaciones en Apoyo al Desarrollo en Asia, actualmente en proceso de ampliación.

Muchas de las ideas de Childers y Vajrathan son pertinentes hoy en día, tanto dentro como fuera de la familia de la ONU, pero hay varias que destacan en este texto de 1968.

En primer lugar, está el énfasis en la *planificación*. Los autores advirtieron la necesidad de brindar comunicación de apoyo a los empleados públicos, los agentes de cambio y las comunidades rurales y de que estas iniciativas de comunicación sean orquestadas. También resaltaron la importancia de la *investigación*, especialmente para compatibilizar los materiales de comunicación con las comunidades y para saber más sobre la población y las circunstancias en las que se van a plantear las innovaciones. «Esto podría requerir —dijeron— una investigación socioeconómica organizada que canalice a los científicos sociales (prácticos, orientados al desarrollo) hacia la recopilación de datos sobre actitudes, factores de motivación, etc.» Más aún, Childers y Vajrathan subrayaron la diferencia importante entre la publicidad y la comunicación para el desarrollo. También cabe señalar su exhortación a «la movilización de personal de comunicación debidamente capacitado».

Sosteniendo todo el análisis global de la comunicación de apoyo al desarrollo, presentan un marco que identifica claramente los diversos tipos de comunicación en un plan de comunicaciones, y una matriz para la acción en esta primera década del siglo XXI.

Royal D. Colle (1996) "Erskine Childers: A Devcom Pioneer". *The Journal of Development Communication*, No. 2, Vol. VII. Kuala Lumpur, Malaysia, Asian Institute for Development Communication (AIDCOM). Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Los medios informativos en la era del neoliberalismo: las contribuciones de Herbert Schiller

Mark Hudson

Vivimos en una era de prosperidad sin precedentes, y de terrible pobreza y desigualdad. La riqueza combinada de las 225 personas más ricas del mundo asciende a más de mil millones de dólares, que equivale a los ingresos anuales de los 2.500 millones de personas más pobres del mundo (PNUD 1998). Aquí en Estados Unidos, el país más rico del mundo y, más aún, de la historia, el 1% de los hogares más ricos es propietario de aproximadamente 40% de la riqueza total; el siguiente 19% de los hogares posee otro 45%, mientras que el 80% restante de los hogares posee sólo aproximadamente 15% (Wolff 1995). Los sueldos iniciales de los graduados de la escuela secundaria recién contratados en Estados Unidos bajaron 25,4% de 1973 a 1991, mientras que los de los graduados universitarios cayeron 9,8%. Los sueldos reales de los trabajadores estadounidenses en casi todos los niveles de experiencia y educación disminuyeron de 1973 a 1991 (Yates 1994). El 20% superior de las personas generadoras de ingresos recibió 48,2% de los ingresos globales, mientras que el 20% inferior recibió sólo 3,6% por ciento (U. S. Bureau of the Census 1995). El desempleo crónico continúa azotando a la economía estadounidense, así como a las de Europa industrializada, Asia y América Latina. Se ha calculado que el verdadero índice de desempleo en Estados Unidos es aproximadamente 3 puntos porcentuales más alto que el índice oficial (Yates). Sin embargo, los gobiernos de todo el mundo industrializado están reduciendo o incluso eliminando (en el caso de de Estados Unidos) los programas de bienestar social creados anteriormente en este siglo para reducir los costos sociales del desempleo.

La ideología que ha surgido a fines del siglo XX para justificar esta infeliz situación es el neoliberalismo, que se puede definir como la creencia de que un mercado libre y no regulado es la condición previa esencial para la distribución equitativa de la riqueza y la democracia política. Por lo tanto, los neoliberales se oponen a prácticamente cualquier norma o actividad que pudiera interferir con la libre evolución de las fuerzas del mercado, se trate de impuestos más altos para los ricos y las empresas, mejores programas de bienestar social, reglamentos ambientales más firmes, o leyes que faciliten que los trabajadores se organicen y formen sindicatos. Cuando se les confronta con las consecuencias negativas de sus políticas pro mercado, generalmente invocan la paciencia para dar más tiempo a que sus políticas operen su magia creadora de riqueza y los beneficios desciendan "por goteo" al resto de la población. Entonces, cuando las promesas de una buena vida no se materializan, recurren a su argumento final: que, por imperfecto que sea el estatus quo, desgraciadamente no hay una alternativa viable. Señalan a las sociedades "socialistas" fracasadas del siglo XX y advierten de modo ominoso que, por peor que se pongan las cosas, cualquier intento de remediar la situación interfiriendo directamente con el mercado y las prerrogativas de las empresas multinacionales sólo conducirá a un autoritarismo estatal-burocrático.[1]

Las ideas neoliberales son tan antiguas como el capitalismo mismo, pero en las últimas décadas han vivido un resurgimiento enorme y han desplazado a las teorías económicas de intervención estatal de entreguerras y posteriores a la Segunda Guerra

Mundial, convirtiéndose en la ideología reinante de nuestro tiempo. El neoliberalismo irrumpió con fuerza en la década de 1980 con los regímenes de derecha de Reagan y Thatcher, pero desde entonces su influencia se ha extendido a todo el espectro político hasta abarcar no sólo a los partidos políticos de centro, sino incluso a gran parte de la izquierda socialdemócrata tradicional. En la década de 1990, la hegemonía neoliberal sobre nuestra política y cultura se ha vuelto tan abrumadora que se vuelve cada vez más difícil hablar racionalmente de lo que es el neoliberalismo. De hecho, como señala Robert McChesney (1999), el término "neoliberalismo" es apenas conocido por el público estadounidense fuera de los círculos académicos y de la comunidad empresarial.

El dominio absoluto que la empresa privada ejerce sobre los medios informativos y de difusión brinda a los ideólogos neoliberales una plataforma prácticamente inobjetada desde donde descargar sus mensajes pro mercado en cada rincón de nuestra cultura común. Asimismo, el neoliberalismo ofrece la cubierta ideológica para leyes que levantan las restricciones (más recientemente la Ley de Telecomunicaciones de 1996) a fin de permitir que las empresas extiendan aún más su monopolio de estos medios. Durante las últimas tres décadas, uno de los críticos más feroces y coherentes del control empresarial de la esfera informativa y de comunicación ha sido el científico social Herbert Schiller. Aunque Schiller empezó su carrera antes del ascenso del neoliberalismo, e incluso hoy no utiliza el término en sus escritos, su trabajo ofrece perspectivas fundamentales sobre las raíces de la hegemonía neoliberal-empresarial sobre nuestros medios informativos y las consecuencias adversas de dicha hegemonía en nuestra política, economía y cultura.

Nacido en 1919 en la ciudad de Nueva York, Schiller es ahora Profesor Emérito de Comunicación de la Universidad de California en San Diego. Después de recibir su maestría en 1941 en la Columbia University y servir en el ejército estadounidense en Europa durante la Segunda Guerra Mundial, actuó entre 1946 y 1948 en Alemania como miembro civil del gobierno de ocupación militar estadounidense, una experiencia que recordó en una entrevista en 1986 como su «verdadera educación en las ciencias sociales». En Alemania Schiller llegó a ver la ocupación no como un esfuerzo por reconstruir la economía política alemana de una manera auténticamente democrática, como lo hacía la mayoría de su generación, sino como una labor consciente e intencionada de asegurar que Alemania tenga el mismo tipo de sociedad de mercado monopolista que tenía antes de la guerra, sólo que sin los extremos políticos del periodo fascista. Para Schiller, fueron justamente las estructuras institucionales de este tipo de sociedad las que produjeron el fascismo. Llegó a la conclusión de que no había nada natural o inevitable acerca de estas estructuras y que el «vacío socioeconómico y político» que existía en Alemania después de la guerra y la derrota del fascismo se estaba llenando con «los tipos de arreglos institucionales preferidos para conducir a ciertos tipos de resultados en cuanto a actividad económica, en cuanto a estructura política, en cuanto a conciencia social» (Lent 1995).

Después de dejar Alemania, Schiller siguió estudios de posgrado en la Universidad de Nueva York y pasó los siguientes doce años trabajando en su doctorado mientras enseñaba economía en el City College en Nueva York y el Pratt Institute en Brooklyn. Recuerda que su formación de posgrado fue «deficientemente estructurada» y que la obtención de su doctorado fue «casi inadvertida». Este tipo de educación de posgrado, sugiere Schiller, le permitió evitar el «procesamiento académico» que, en su opinión, desempeña un papel crucial en moldear la forma en que la mayoría de los académicos ven el orden social. Poco después de terminar su doctorado en 1960, se trasladó a la Universidad de Illinois en calidad de profesor e investigador de economía (íd.).

En Illinois, Schiller empezó a formular el planteamiento que se plasmaría en su primer libro —*Mass Communications and American Empire* (La comunicación masiva y el imperio estadounidense)— publicado en 1969. Hacia 1966-67 empezó a dictar un curso en la Escuela de Periodismo sobre la «economía política de las comunicaciones». Recuerda que él siempre se había considerado un «economista político», es decir, alguien que estudia «la intersección entre la política y la economía», y por esa época presentó su primer texto en el campo de la comunicación sobre el tema del espectro radial como recurso natural. También recuerda que no recibió «ninguna atención seria po partede la gente del sistema» en el campo de las comunicaciones en ese entonces lo que, según sugiere, le dio el espacio que necesitaba para desarrollar sus ideas. Algunos de los capítulos individuales de *Mass Communications and American Empire* aparecieron primero en publicaciones no académicas, como *The Nation*, *The Progressive* y *The Bulletin of the Atomic Scientists* (íd.).

El tema de *Mass Communications and American Empire* era el papel crucial de los medios modernos de comunicación en la movilización del apoyo internacional a la dominación mundial de Estados Unidos y al orden empresarial transnacional que siguió a la Segunda Guerra Mundial. Schiller enumeró varios factores históricos conexos que contribuyeron a la expansión del poder estadounidense en el mundo de la posguerra: el debilitamiento de Europa, la creciente fuerza industrial de Estados Unidos, el declive de la influencia del mundo poscapitalista debido a desacuerdos sobre la política de desarrollo y la transición de la mayor parte del mundo en vías de desarrollo de una condición de subordinación política formal (colonialismo) a una de independencia política combinada con dependencia económica (poscolonialismo) (Schiller 1992).

La transición de un orden colonialista a uno poscolonialista, en particular, necesitaba un planteamiento más sofisticado de la construcción del imperio. A diferencia de los imperios anteriores, fundados en «la sangre y el hierro», el estadounidense se basa en parte en «un matrimonio entre la economía y la electrónica», aunque Schiller señaló un precedente de este tipo de dominación informal en la práctica británica del «imperialismo de libre comercio» en el siglo XIX. Por supuesto, el sistema estadounidense de dominación informal está respaldado por un poder militar enorme; hay bases militares estadounidenses en todo el mundo, listas y dispuestas a usar la fuerza cuando fracasan los métodos más sofisticados de persuasión. Pero Schiller sugirió que la red de comunicaciones de Estados Unidos logró en general un éxito notable después de la Segunda Guerra Mundial al obtener no una mera sumisión a regañadientes, sino una lealtad entusiasta, tanto dentro como fuera del país. Lo logró, alega él, mediante la identificación de su presencia de con la "libertad" de expresión, de comercio y de empresa, y el ofrecimiento de una visión de la buena vida según el modelo estadounidense de riqueza individualista de consumo (íd.).

Mass Communications and American Empire terminaba con un llamado a «una reconstrucción democrática de las comunicaciones de masas». Schiller pronosticó correctamente que la radio y teledifusión públicas financiadas por el gobierno no producirían «el nivel de cambio, tanto en la perspectiva como en la lealtad, que exige la situación social actual». Más bien, vio mejores posibilidades de un cambio trascendental en los grupos sociales descontentos de la época, tales como los militantes del poder negro, los activistas estudiantiles, los profesores universitarios y los empleados del sector público, quienes, esperaba, reclamarían el acceso a la tecnología de las comunicaciones de masas y la pondrían al servicio de fines sociales útiles. Para lograr esto, reconocía, se requeriría una acción política concertada. Treinta años después, no estamos más cerca de lograrlo en cuanto a la televisión y la radio, aunque el internet ahora brinda un medio para que los grupos de oposición creen redes informativas a nivel de las bases, capaces de sortear los medios controlados por las grandes empresas.

En 1970 Schiller se trasladó a la Universidad de California en San Diego. En su segundo libro —*The Mind Managers* (Los gerentes de la mente) o (Los dueños de la mente)—, publicado en 1973, centró su atención en los métodos específicos de manipulación mental usados por los dueños de los medios de información estadounidenses para servir los intereses empresariales. Identificó cinco mitos básicos que estructuran el contenido de los medios informativos controlados por las grandes empresas. El «mito del individualismo y la elección personal» define la libertad en términos puramente individualistas e insiste en que la libertad y bienestar individual no se puede lograr sin la existencia de la propiedad privada de los medios de producción. (Como hemos visto, la ideología neoliberal lleva esto un paso más allá, con su insistencia en que cualquier interferencia con las fuerzas del mercado y las prerrogativas empresariales es una amenaza a la libertad).

El «mito de la neutralidad» fomenta la creencia de que instituciones sociales clave, como el gobierno, el sistema educativo y el *establishment* científico (y, por supuesto, los medios informativos mismos) son neutrales y están por encima de todo conflicto entre intereses sociales. El «mito de la naturaleza humana invariable» mantiene un nivel bajo de expectativas al resaltar los lados agresivos y depravados del comportamiento humano y racionalizar que son aspectos inherentes e inevitables de la condición humana. El «mito de la ausencia de conflicto social» presenta a este último casi invariablemente como un asunto personal y niega sus orígenes en el orden social. El «mito del pluralismo de los medios» perpetúa la ilusión de opción y diversidad en las fuentes de información, cuando en realidad existe poca variedad de opinión debido a los intereses materiales e ideológicos comunes de los propietarios de los medios (Schiller 1973). Schiller también describió dos técnicas empleadas por los dirigentes de los medios para moldear la conciencia. La primera, la fragmentación, es el formato dominante para la comunicación de noticias en Estados Unidos: los periódicos y revistas dividen intencionalmente los artículos para que los lectores se vean obligados a ver los anuncios publicitarios antes de continuar leyendo, mientras que los noticiarios de televisión y radio se caracterizan por «el bombardeo que hacen con numerosos asuntos inconexos» e interrupciones comerciales frecuentes. La publicidad, alegaba Schiller, «estorba la concentración y trivializa la información que interrumpe», aunque también pensaba que las noticias se presentarían de manera igualmente incoherente si la publicidad se eliminara o redujera. Para él, «al buscar beneficios para sus auspiciantes, la publicidad resulta como caída del cielo para el sistema en la medida en que su utilización incrementa la fragmentación". La segunda técnica, la inmediatez, mina aún más la comprensión del público de los sucesos noticiosos; la presión competitiva de proporcionar información instantánea, argumentaba Schiller, genera un «falso sentido de urgencia», con el resultado que «se ve perjudicada la capacidad de discriminar entre diferentes grados de trascendencia».

Al igual que el primer libro de Schiller, *The Mind Managers* termina con un llamado al cambio radical. Denuncia como «cruel y engañoso» el concepto de que las soluciones a la pobreza, la apatía política y otros problemas sociales provendrían de la tecnología misma: «Es cruel sugerir que los niños de los guetos superarán mágicamente generaciones de privaciones al sentarse frente a una computadora». Pero también encontró que existían «movimientos compensatorios». Señaló el sector creciente de «trabajadores del conocimiento», ya algo críticos del estatus quo, con ingresos, tiempo y conocimientos como para propiciar un mayor desarrollo de una conciencia crítica. Encontró motivos para la esperanza de que «la clase trabajadora industrial, de todas las edades, se vea obligada por su propia protección a abandonar su apoyo actual al "sistema" y adoptar una posición vigorosamente crítica». También advirtió la aparición de «colectivos informativos» comunitarios en diversas zonas urbanas de Estados Unidos y sugirió que la creciente accesibilidad económica y disponibilidad de la tecnología de

comunicación ayudarían a «desmitificar a los medios para un número considerable de personas» y por último «a sentar las bases para un nuevo cuerpo de personas capacitadas y capaces de ocuparse de algunas de las necesidades informativas de las comunidades del país, actualmente soslayadas». Nuevamente uno piensa en el internet y sus redes alternativas, aunque estos «colectivos» en línea no se encuentren en comunidades geográficamente delimitadas.

En 1976 Schiller regresó al tema de las *Mass Communications and American Empire* con la publicación de *Communications and Cultural Domination* (Comunicación y dominación cultural). Este libro incluía un análisis del sistema mediático en Chile bajo el gobierno de la Unidad Popular de Allende, derrocado en septiembre de 1973 por un golpe militar que, se debe señalar, fue motivado bastante explícitamente por teorías neoliberales de competencia de libre mercado tal como fueron formuladas por los economistas formados en la Universidad de Chicago. En este análisis, Schiller señaló que, aunque la libertad de información en la práctica desapareció en Chile después del golpe, bajo el gobierno socialista de Allende hubo un flujo notablemente libre de información representativa de todos los puntos del espectro político. El mayor número de televidentes seguían viendo una estación comercial con programas producidos en Estados Unidos. La mayoría de las estaciones de radio continuaron en manos de elementos conservadores opuestos al gobierno y el número de periódicos conservadores de hecho aumentó. Por supuesto, las ideas socialistas también se diseminaron más extensamente que antes y, en opinión de Schiller, esto explicaba la hostilidad de los elementos anti-Allende contra el libre flujo de información que imperó en 1971-73. La experiencia chilena, alegaba, demostró que el verdadero pluralismo se vuelve intolerable para las clases propietarias cuando conduce a la acción social y al análisis crítico extendido, y llegó a la conclusión de que la fuerte adhesión del gobierno de Unidad Popular a la doctrina del libre flujo de información fue, en realidad, un error. Aducía que el flujo de información entre países «sigue la división internacional del trabajo, determinada a su vez por la estructura y las prácticas de los Estados capitalistas más fuertes», especialmente Estados Unidos. Por lo tanto, la doctrina del libre flujo simplemente «legitima y refuerza la capacidad de algunas economías dominantes de imponer sus definiciones y perspectivas culturales al resto del mundo».

Invocando el principio de la soberanía nacional, Schiller argumentaba que las iniciativas futuras de transformación social tendrían que reconocer la necesidad de defender la integridad cultural contra la «red externa dominante de los medios informativos» y a la vez evitar la xenofobia y trabajar por desarrollar «estructuras y productos mediáticos alternativos que fomenten una amplia participación popular ». Se debe resaltar que Schiller no estaba en absoluto llamando a la censura o al cierre de las instituciones mediáticas nacionales; sólo insistía en el derecho legítimo de los Estados-nación de resistirse a la importación de «mensajes de dominación» en los medios producidos por empresas multinacionales. Este argumento no me termina de convencer y sospecho que, en la práctica, este tipo de proteccionismo cultural no produciría el resultado deseado, aun cuando lograra evitar la xenofobia. Por otro lado, considero que el énfasis de Schiller en el desarrollo de estructuras mediáticas de participación popular es absolutamente correcto y sugiero que podría ser mejor concentrarse en la educación mediática como parte de estas iniciativas, a fin de que los integrantes de los grupos oprimidos puedan aprender a reconocer y resistirse a los «mensajes de dominación» propiamente dichos.

Como hemos visto, Schiller siempre ha subrayado la necesidad de los movimientos de oposición de reivindicar el acceso a la tecnología de comunicación de masas y usarla para sus propios propósitos, a la vez que rechaza vehementemente que la tecno-

logía creada para fines de dominación y control dará por sí misma soluciones a los problemas sociales. En la década de 1980, con la aceleración de la computarización de la economía y la comunicación, Schiller abogó por una política de "ir despacio" con la computarización. En *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500* (¿Quién sabe?: La información en la era de la fortuna 500) (1981), llamó a «un esfuerzo máximo por desacelerar y postergar, cuando fuera posible, la carrera hacia la computarización» para dar «tiempo a reflexionar sobre las enormes complejidades que rodean la comunicación avanzada y otras tecnologías en esta etapa de poder e influencia desigual en el mundo» (1981). En *Information and the Crisis Economy* (La información y la economía de la crisis) (1984), describió la «profundización general de la crisis social» a consecuencia de «medidas económicas, políticas y militares diseñadas para mantener el poder imperial» y alertó que «las soluciones tecnológicas desprovistas de responsabilidad social serían terriblemente costosas para millones de seres humanos».

Los libros más recientes de Schiller se refieren a la creciente mercantilización de la información y corporativización de la cultura en Estados Unidos. En *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expresion* (La toma corporativa de la expresión pública) (1989), Schiller lamenta que «transformar la información en un bien vendible, sólo a disposición de quienes puedan pagarlo, cambia la meta del acceso a la información de una condición igualitaria a una privilegiada», con el resultado de que «el fundamento esencial de un orden democrático está gravemente, si no mortalmente, dañado». Describe la absorción del proceso creativo y de la producción cultural por industrias culturales motivadas por el lucro que «sirven de emplazamientos para la creación, el enlatado, la transmisión y la colocación de mensajes culturales, especialmente los de las grandes empresas». En estas industrias Schiller incluye a la industria de la información —productores de bases de datos y *software* y demás vendedores de información enlatada— así como a la industria editorial y cinematográfica y las de televisión, radio, grabación, fotografía, deportes y publicidad. También incluye a los proveedores de «bienes y servicios simbólicos», tales como museos, galerías, centros comerciales, parques de diversión y "espacios públicos" empresariales. Schiller alega que «en los últimos cincuenta años se ha visto una aceleración del declive del trabajo creativo y la producción simbólica no controlada por el mercado». El «carácter ideológico dominante» de las industrias culturales, sostiene, significa que «el fuerte consumo público de productos y servicios culturales y los contextos en que la mayoría de ellos se suministran representa una dieta diaria, si no por hora, de valores sistémicos». Sólo los más ricos pueden ser propietarios de los medios informativos y culturales; por lo tanto, argumenta Schiller, estos medios transmiten «el modo de pensar y las perspectivas del estrato dominante, aunque minúsculo, de la clase propietaria, no sólo en las noticias, sino también en el entretenimiento y el producto cultural general» (1989).

En *Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America* (Desigualdad informativa: la creciente crisis social en Estados Unidos) (1996), Schiller nuevamente critica el cerco empresarial impuesto a la información y la expresión cultural, y aduce que la negación del acceso a la información y la degradación de los mensajes culturales están profundizando la ya intensa crisis social producida por las políticas empresariales. Rechazando una vez más las soluciones tecnológicas a los problemas sociales, critica duramente al gobierno de Clinton por su «visión de las comunicaciones de alta tecnología y su dependencia de ellas como respuesta definitiva a los padecimientos del país». Diseccciona el informe de la "Agenda para la Acción" de 1993 elaborado por el grupo de trabajo de la Infraestructura Nacional de Información (NII, por su sigla en inglés); llama «subterfugio tecnológico» a las soluciones que en ella se prometen para los problemas educativos del país y sugiere que la capacidad de la autopista electrónica de la información de llevar productos culturales a los hogares del país y facilitar «la compra activa en casa» es la motivación principal del plan. Describiendo la política del gobierno Clinton-Gore y sus defensores bipartidistas en el Congreso como «todo el poder para el sector empresarial de la comunicación», Schiller alega que la propiedad privada y la competencia en el mercado son «las recetas básicas de Washington para la infraestructura que promete llevar, para uso comercial y en el hogar, todo el flujo de imágenes, mensajes y datos que produce el país» (1996).

Me parece que una de las contribuciones más importantes de Schiller a nuestra comprensión de los medios informativos es su insistencia en que la propiedad importa, que los propietarios empresariales de los medios masivos efectivamente los usan (consciente e inconscientemente) para sus propios fines, que son la dominación y el control. Por otro lado, uno de los grandes triunfos de la ideología neoliberal ha sido convencer a tantos de que no importa, de que los medios son ideológicamente neutrales y están por encima de cualquier conflicto social, y de que la concentración de la propiedad de los medios en unas pocas manos privadas es natural, inevitable y, quizá, incluso beneficiosa. Cualquiera que tenga alguna duda al respecto debe leer los libros de Schiller.

Otra contribución muy importante ha sido el continuo énfasis de Schiller en la participación popular. Aunque a menudo pinta un paisaje muy deprimente, siempre ha subrayado que el cambio significativo es posible si aquellos de nosotros que estamos excluidos del monopolio empresarial de los medios logramos encontrar maneras de crear estructuras mediáticas alternativas que se resistan a la dominación y fomenten los valores humanos de la igualdad, solidaridad y justicia. Aunque Schiller tiene toda la razón sobre los planes del sector empresarial de las comunicaciones de comercializar completamente el internet, esto no es inevitable si actuamos ahora. Como ya han descubierto muchos activistas universitarios, sindicales y comunitarios, el internet puede ser una herramienta organizativa muy eficaz si se usa inteligentemente. Por supuesto, no podemos ignorar a los demás medios; debemos seguir exigiendo el acceso a la televisión por cable y a las frecuencias radiales, a la vez que buscando maneras de usar las tecnologías de impresión más eficazmente. El trabajo de Herbert Schiller brinda una guía confiable sobre los obstáculos que afrontamos, pero también es una provocación a la acción.

Notas

1 Por supuesto, el hecho de que muchos de los opositores del neoliberalismo sigan usando hasta hoy la palabra "socialismo" para referirse a estas sociedades, hace que sea bastante más fácil para los neoliberales defender su argumento de este modo.

Bibliografía citada

Lent, John A. (1995). "Interview with Herbert I. Schiller" en Lent, J. (ed.) *A Different Road Taken: Profiles in Critical Communication*. Boulder, Colorado, Westview Press.

McChesney, Robert W. (1999). "Noam Chomsky and the Struggle Against Neoliberalism" en *Monthly Review*, 50, April.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (1998). *Human Development Report*. New York, Oxford University Press.

Schiller, Herbert I. (1996). *Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America*. New York, Routledge.

Schiller, Herbert I. (1992). *Mass Communications and American Empire*. Boulder, Colorado, Westview Press.

Schiller, Herbert I. (1989). *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*. New York, Oxford University Press.

Schiller, Herbert I. (1984). *Information and the Crisis Economy*. Norwood, New Jersey, Ablex Publishing.

Schiller, Herbert I. (1981). *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500*. Norwood, New Jersey, Ablex Publishing.

Schiller, Herbert I. (1976). *Communication and Cultural Domination*. Armonk, New York, M. E. Sharpe.

Schiller, Herbert I. (1973). *The Mind Managers*. Boston, Beacon Press.

U.S. Bureau of the Census (1995). "Population Profile of the United States 1995" en *Current Population Reports*, Series. Washington, D. C., U.S. Government Printing Office.

Wolff, Edward N. (1995). *Top Heavy: A Study of Increasing Inequality of Wealth in America*. New York, Twentieth Century Fund Press.

Yates, Michael D. (1994). *Longer Hours, Fewer Jobs: Employment and Unemployment in the United States*. New York, Monthly Review Press.

La calle ancha de la comunicación latinoamericana

Gabriel Kaplún

La acción y el pensamiento de Mario Kaplún siguen siendo hoy una fuente fermental para el debate y para la práctica de la comunicación latinoamericana. Recuperar su trayectoria y su pensamiento es recuperar una parte importante del debate comunicacional y pedagógico latinoamericano y encontrar en él aspectos que mantienen plena vigencia y que son capaces de refrescar muchos de nuestros actuales debates y ayudarnos a encarar muchos de nuestros desafíos de hoy.

A esta vigencia contribuye mucho, a mi entender, el modo en que Mario construyó teoría: *desde* la práctica y *en* la práctica. Su historia personal, la de un comunicador devenido en comunicólogo pero sin dejar de ser nunca un comunicador, explica parte de su originalidad. Su tardía —pero potente— inserción e influencia en el campo académico, no lo alejaron nunca del trabajo concreto de base. Su trabajo crítico sobre la realidad comunicacional latinoamericana no lo alejaron tampoco de su persistente labor de construcción de alternativas concretas para esa realidad.

Comunicación masiva: la práctica y la crítica

Recordar la historia personal de Mario puede ser útil para entender su praxis. Como conté más extensamente en otro lugar (G. Kaplún 1998) Mario se recibió de maestro de escuela primaria, pero nunca llegó a ejercer como tal. Aprendió en cambio de muy joven el oficio radial, primero como asistente en producciones de radioteatro, en su Buenos Aires natal.

En 1942, con 19 años recién cumplidos, estrenó su primer guión, un programa de un ciclo sobre historia argentina que formaba parte de la llamada "Escuela del aire". Para aquella pionera experiencia de radio educativa este maestro sin aula había sido un hallazgo valioso, porque los guionistas comerciales no tenían interés o no se adaptaban y los educadores no conocían el oficio radial (1992a).[1] El maestro no volvió a las aulas hasta mucho después, pero la comunicación educativa lo había ganado para siempre.

Según parece, aquellos programas eran bastante retóricos y grandilocuentes[2] y Mario rescataba de esos días más bien el aprendizaje de un oficio: escribir dos guiones por semana, dirigir un equipo de actores y técnicos, salir al aire con un mínimo de ensayo, crear una ambientación sonora convincente con efectos artesanales... y todo directamente al aire, sin grabaciones.

Cuando a comienzos de los 50 emigra al Uruguay —que terminaría siendo su patria adoptiva— continúa haciendo radio pero incorpora un nuevo oficio: la publicidad. Llegó incluso a ser copropietario de una agencia y era lo que hoy llamaríamos un "creativo" muy creativo. Terminó detestando el mundo publicitario y siendo un crítico y analista profundo de sus mecanismos, pero lo conocía personalmente y desde adentro.

A partir de los 60 empieza a hacer televisión, con un formato que retomaba una experiencia juvenil que, de algún modo, lo acompañaría mucho tiempo. En efecto, el "Club del libre debate" que animara en su juventud estuvo en la base de "Sala audiencias", su más recordado programa televisivo, en el que, con el formato de un juicio oral, se ponían en discusión todos los temas de la actualidad política y social. El mismo formato que, ficcionado pero simulando transmisiones en vivo, estaría después en el origen de una sus más célebres series radiales —"Jurado Nº 13" (1971-72)— que, desde los años 70 hasta hoy, recorrió cientos de emisoras latinoamericanas y miles de grupos de base que lo utilizan como disparador para sus discusiones. (Algunas de sus series de esa época se tradujeron además al portugués, al quechua y al aymara).

La génesis de esas series muestra de modo concreto lo que él mismo llamaría luego "prealimentación" (1985): un viaje por siete países latinoamericanos, recogiendo historias, esperanzas y sueños de gente de todas partes, está en la base de su producción. Porque abordar problemas complejos de la realidad social y política latinoamericana no podía hacerse sólo desde lecturas, estadísticas y referencias generales sino desde historias concretas que mostraran cómo son vividos, sufridos, temidos, eludidos, soñados o resueltos esos problemas por la gente de carne y hueso.

Aquellos programas unían entonces la crítica al goce del relato bien contado, razón y poesía, rigor y humor. Algo de lo mucho que había aprendido haciendo, en esa etapa y en las anteriores, quedó plasmado en un manual de radio (1978a) que sigue usándose hasta hoy en escuelas y universidades de todas partes.

Aquellas series radiales mostraban en la práctica algo que más tarde (1992b) teorizaría con claridad: más que pensar la comunicación educativa como un espacio específico hay que pensar el carácter educativo de toda comunicación. Más que una radioescuela o una telescuela, por ejemplo, hay que pensar en radios y canales educativos en un sentido amplio. Medios en que toda la programación se piense con sentido educativo, pero desde los formatos propios del medio y no desde el didactismo insoportable de tanta televisión o radio educativa.

Hudson, Mark (1999). En *Progressive Librarian*, Nº 16, otoño. Reproducción autorizada por el autor.

Los 70 implican un giro histórico a nivel social y también en lo personal. Las dictaduras caen sobre el cono sur y lo llevan a emigrar nuevamente, esta vez a Venezuela. Pero ya antes de eso el comunicólogo estaba emergiendo dentro del comunicador, sin negarlo ni ahogarlo en retóricas académicas. *La comunicación de masas en América Latina* (1973), basado en un trabajo de investigación continental poco frecuente para la época, se inscribe en la corriente crítica que muestra las profundas desigualdades de acceso a la información y a la comunicación en el continente, la colonización cultural de los medios, etc. Se inscribe también en el movimiento que desembocaría en la reunión de Costa Rica en 1975 y más tarde en el informe MacBride (1980) y el llamado a un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) impulsado por la UNESCO.

Integrando esa corriente crítica —a la que lo unieron por otra parte vínculos personales estrechos—,[3] percibió sin embargo, desde muy temprano, los límites de la crítica latinoamericana hacia la comunicación hegemónica, que no dejaba ver cómo los medios incorporaban la trama cultural de los receptores en sus mensajes. Junto a la lectura del Pato Donald en clave imperialista,[4] veía también necesaria una comprensión profunda del receptor. Fuimos, con un grupo de amigos que no olvidaron nunca la experiencia, conejillos de indias de su método de lectura crítica de los medios de comunicación.[5]

Se trataba de un método activo y profundamente *removedor*, no sólo porque nos daba la posibilidad de develar el sustento ideológico de cada mensaje, sino porque nos permitía entender mucho de nosotros mismos y de nuestra relación con los medios. Así, por ejemplo, rechazaba la idea tan insistente —aún hoy— de que la publicidad crea falsas necesidades, planteando que más bien utiliza necesidades muy reales orientándolas hacia consumos que, generalmente, no las satisfacen. La publicidad suele entonces resultar reveladora de muchas de nuestras necesidades insatisfechas. Sin usar esa terminología estaba distinguiendo entre necesidades (antropológicas) y satisfactores (culturales) o bienes (coyunturales) (Max-Neef 1986). La continua apelación a la sexualidad, a la "identidad", a la amistad o la naturaleza hablan entonces de lo que nos falta tanto como de lo que, eventualmente, compraremos. Ese era precisamente el consejo que, como recordara Mario (1989), diera Dichter (1979), el padre de la publicidad moderna: «no importa tanto —e incluso puede no importar nada— lo que el producto tiene para vender sino los motivos inconscientes que el consumidor tiene para comprar». El hecho de haber sido él mismo un publicista exitoso hacía que supiera bien de qué estaba hablando.

El trabajo de base y el debate sobre lo cultural

Esta atención al receptor, que estaba ya presente en su trabajo de producción de mensajes de fuerte impacto en amplias audiencias, lo estaría también en sus trabajos de análisis y docencia posteriores. En los 80, por ejemplo, fue un temprano y activo promotor de los análisis de las culturas populares. Pero también fue crítico de las corrientes "culturalistas" que quisieron ver resistencia en el mero consumo e imaginaron un receptor activo capaz de resignificar cualquier mensaje.[6] Percibió con lucidez lo paralizante que podía resultar la mirada cultural si era jugada en clave populista, sacralizadora de cualquier signo proveniente del "pueblo": "no se capta lo más propio de la cultura del dominado si no se asume su ambigüedad, su ambivalencia; la coexistencia que en ella se da y ya detectó Gramsci de componentes "fosilizadores" y desmovilizadores junto a otros dinámicos de resistencia y protesta, de cuestionamiento y lucha» (1984).

Es interesante notar que en este mismo texto cita varias veces a Martín Barbero. A mi entender el distanciamiento intelectual que, posteriormente, tuvo con él, tiene que ver más con sus posturas concretas en diversos debates y, sobre todo, con el uso que del trabajo de Martín Barbero empezó a generalizarse. Los debates de esta época hicieron que posturas como las de Mario quedaran englobadas —sin conocerlas realmente— en un ataque hacia lo que se consideraba un pensamiento marxista dogmático, un vanguardismo leninista que buscaba sustituir la "conciencia alienada manipulada por los medios" por la "conciencia revolucionaria". Lejos estaba Mario por cierto de ese tipo de pensamiento.

Por su parte, la desconfianza hacia los usos populistas de lo cultural no venía sólo ni tanto de una sana prevención frente a los movimientos pendulares intelectuales, que del infierno de los medios pasaban ahora al paraíso de las mediaciones.[7] El origen de esa desconfianza, me parece, estaba sobre todo en su práctica como comunicador con grupos de base que, a partir de los años 70, es particularmente intensa.

En efecto, en los 70, todavía en Uruguay, crea su método de casete-foro (1978b), una experiencia pionera en comunicación dialógica entre grupos, en aquel caso grupos de campesinos. Se trataba ya no sólo de ampliar audiencias para mensajes críticos sino de potenciar emisores, capaces de intervenir en procesos de comunicación desde la base, buscando generar *interlocutores* más que meros *locutores*, promoviendo el uso de la tecla *record* y no sólo de la tecla *play* de los grabadores a casete que se habían popularizado en aquella época. Para ello se enviaba, desde un equipo central, casetes grabados de un solo lado a todos los grupos, con informaciones y propuestas para el debate. Cada grupo grababa del otro lado sus propias informaciones, opiniones y propuestas. El equipo central escuchaba todos los casetes recibidos, seleccionaba fragmentos para compartir con los demás y elaboraba un nuevo programa para enviar a los grupos. En los 80 este método se desarrolla ampliamente en Venezuela, época en la que Mario trabaja activamente en el terreno de la educación y la comunicación popular. Allí lo rebautizarían "Foruco", porque "nos forma, nos une y nos comunica".

El casete-foro ponía su acento en la posibilidad de revertir la unidireccionalidad comunicacional y recuperar el sentido dialógico de la comunicación frente al paradigma dominante informacional y transmisor. Tanto, que en la evaluación de la primera experiencia Mario se declaraba insatisfecho respecto de la participación de los agricultores involucrados, porque para él el indicador clave de esa participación no era ni su escucha atenta ni sus intervenciones puntuales, sino sobre todo la cantidad de temas de debate en aquel foro propuestos por ellos en relación a los lanzados desde la coordinación del programa. Sería interesante revisar con ese criterio la supuesta "interactividad" con que se diseñan muchos programas educativos que utilizan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, confundiendo esa interactividad con participación. Aquella experiencia del casete-foro ha sido "superada" seguramente en el terreno tecnológico pero me parece que no en el pedagógico y comunicacional.

Esta obsesión por la recuperación de la palabra, por "potenciar emisores", ya no lo abandonaría jamás. Venezuela fue un campo especialmente propicio para ello. A las decenas de cursos y talleres con grupos de base en todo el país se sumaron luego los Talleres Latinoamericanos de Comunicación Popular, por donde pasamos más de cien aprendices de comunicadores de todo el continente. De esa época es uno de sus libros más conocidos y reeditados: *El comunicador popular* (1985).

Allí plantea herramientas metodológicas muy concretas para construir mensajes y apoyar procesos de comunicación participativos y dialógicos. Y muestra cómo existe una íntima relación entre concepciones educativas y comunicacionales. A una educación tradicional ("bancaria" como la llamaba Freire) corresponde la comunicación transmisiva de los modelos clásicos mecanicistas.[8] La alternativa conductista encuentra su correlato en los modelos de comunicación centrados en los efectos (Laswell 1979). Para la educación liberadora de Freire, Mario propondrá un modelo dialógico de comunicación como horizonte utópico, rompiendo con la dicotomía emisores-receptores para construir "emirecs"

(Cloutier 1973). Una propuesta tan utópica —y tan viva, necesaria y realizable— como la de Freire (1980), cuando propone que nadie educa a nadie ni se educa solo, «los hombres se educan entre sí, mediatizados por el mundo».

Pero para caminar hacia ese horizonte de la comunicación dialógica propone también caminos concretos y viables, centrados en la *prealimentación* más que en la *retroalimentación*. En efecto, partir del otro, de sus preocupaciones y esperanzas, su contexto y su universo cultural, es la clave para que el diálogo sea posible.

No sorprende entonces que haya sido en este trabajo con grupos de base y movimientos sociales que surge para Mario la preocupación por lo cultural. La recuperación del pensamiento de Gramsci y los estudios culturales latinoamericanos eran sin duda herramientas útiles para pensar los desafíos que este trabajo implicaba. Pero el vínculo cotidiano con esos grupos y movimientos le impedía toda mitificación de "lo popular", frecuente en muchos de los "culturalistas". En el trabajo directo de base "lo popular" se mostraba en toda su ambigua complejidad de solidaridades e individualismo, de resistencia y pasividad, de rebeldía y fatalismo. Construido por múltiples mediaciones, sí, pero también por los medios. Esos medios que Mario venía leyendo de modo también complejo, lejos de todo simplismo, desde hacía tiempo, desde adentro y desde afuera.

Por eso tampoco se afilió a un alternativismo basista sostenido sólo en los micromedios comunitarios. Su larga experiencia con medios masivos, con mensajes de muy amplias audiencias, le permitía también ver la importancia de ambos aspectos —y de su articulación— para la construcción de alternativas de comunicación más democráticas. Ni dejó de ver que, junto a los productos comunicacionales, era clave seguir pensando en los procesos de comunicación en que éstos se enmarcan y que ayudan a generar (1989b).

Junto a ello mantuvo también una atención permanente a los problemas de la recepción, que para él no eran nuevos. El trabajo que en los 70 había comenzado buscando una lectura crítica de los medios al alcance de todos, en los 90 seguía sorprendiéndonos con análisis agudos sobre el uso de los medios. Sugerente resulta el título de uno de sus últimos trabajos en este tema: *Ni impuesta ni amada: la recepción televisiva y sus tierras incógnitas* (1996). Allí muestra los muchos usos de la televisión que no sólo cuestionan las perimidas teorías de la aguja hipodérmica mediática, sino que tampoco encajan en las más modernas —o posmodernas— teorías de la recepción y las mediaciones. Y para los que no alcanza tampoco la lectura ideológica que él mismo propusiera. La televisión usada como ansiolítico o como compañía, por ejemplo, habla más de las soledades y ansiedades generalizadas en nuestras sociedades que del supuesto atractivo ejercido por los medios y sus mensajes.

La "vuelta" a la pedagogía

A mediados de los 80 la primavera democrática asoma en el cono sur y Mario retorna a Uruguay, de donde ya no saldrá sino para sus continuos viajes, ahora cada vez más respondiendo a invitaciones del mundo académico. Mundo en el que también se inserta en Uruguay, al contribuir decisivamente en la creación de la carrera universitaria de Comunicación.

Es interesante notar que el plan de estudios que contribuyó a diseñar sigue siendo una referencia en todas las discusiones actuales en mi universidad, incluso cuando —y tal vez porque— posteriormente se lo abandonó. Aún con su larga historia de medios a cuestas —radio, televisión—, no se le ocurrió a él ni a sus colegas diseñar un plan con orientaciones de "por medio" para la formación de grado, sino por áreas profesionales. Algo que por esa época empezaron a hacer buena parte de las carreras de comunicación en América Latina y en otros lugares.

Entre las orientaciones de aquel plan de estudios, junto a las clásicas del periodismo o la publicidad, figuraba una de comunicación educativa que, obviamente, él dirigió por un buen tiempo. Desde allí promovió un activo compromiso de la universidad con las organizaciones sociales y de base y, ya en los 90, con el proceso de descentralización participativa impulsado por el gobierno de izquierda en Montevideo.

En estos años es que la preocupación por lo pedagógico retorna con más fuerza que nunca. Había contribuido con su práctica y su teoría a construir una comunicación educativa alejada de todo didactismo, capaz de incorporarse al uso cotidiano de los medios que hace el común de la gente. Ahora, volviendo a sus orígenes de maestro, se dedicó sobre todo a construir una educación comunicativa, capaz de entender la compleja relación entre aprendizaje y comunicación. *A la educación por la comunicación* (1992b) es, precisamente, el título de uno de sus libros más interesantes, aunque probablemente menos conocidos.

Su lectura de las corrientes constructivistas en clave de comunicación ilumina mucho sobre los problemas que lo venían obsesionando desde hacía tiempo. Más que preocuparse por comunicar para que otros aprendan hay que facilitar la expresión de esos otros, porque, afirma Mario, «conocer es comunicar» (1992b), «se aprende al comunicar» (1995). Por eso es tan importante pasar «del educando oyente al educando hablante» (1993). Lenguaje y pensamiento son dos caras de una misma moneda, recuerda con Vigotsky (1979). Y en tanto pensamos con palabras, posibilitar la palabra propia es ayudar a pensar, a construir conocimientos. Y esta construcción es personal pero también fuertemente social: se aprende principalmente en la interacción con los otros. Por ello es central generar ámbitos de interlocución, en que los educandos encuentren realmente con quién comunicarse, en vez de limitarse a producir palabras y textos que sólo son leídos por el educador y sólo sirven para verificar la asimilación de la palabra ajena.

Su obsesión por el aprendizaje se refleja incluso en la manera en que pensaba su propio trabajo: eligió para titular su "miniautobiografía" (1992a) *Mis (primeros) 50 años de aprendiz de comunicador*.

Esta mirada —desde el aprendizaje más que desde la enseñanza— le permitió analizar con agudeza las posibilidades y los límites de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y de sus usos en el terreno pedagógico. Mostrando por un lado las potencialidades dialógicas que éstas tenían, facilitando procesos de aprendizaje con otros, de construcción colectiva de conocimientos a partir de redes de personas que comparten saberes y piensan juntos. Pero mostrando también como las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) suelen ser utilizadas de modos no dialógicos, perfeccionando el modelo educativo bancario ahora en versión de cajero automático (1998). La alternativa pedagógica conductista se adapta bien a la NTIC, que estuvieron en su horizonte desde un comienzo. Pero lo hace apelando principalmente a la interactividad (con una máquina) y no a una verdadera interacción (entre personas), salvo para estimular primero y verificar después el cumplimiento de los efectos deseados por el "ingeniero educativo" que diseña las acciones de enseñanza, o más bien de instrucción. En este sentido es que he dicho que eso que ha dado en llamarse *e-learning* suele ser una revolución pedagógica sin pedagogía (G. Kaplún 2001b).

El ideal del estudiante aislado y conectado a una máquina niega en los hechos el carácter social del aprendizaje. La navegación solitaria en las autopistas de la información no puede remplazar al aprendizaje, que es esencialmente social. Claro que esto tampoco se da en el aula presencial en la que no hay diálogo, en la que no hay verdadera comunicación. El problema es, en ambos casos, pedagógico y comunicacional y no tecnológico, como ya lo venía planteando desde hacía años (1983).

Sobre estos temas estaba escribiendo Mario cuando lo encontró la muerte. En sus últimos papeles se puede ver el hilo de un pensamiento vivo, capaz de seguir aprendiendo todo el tiempo y, por eso mismo, enseñar tanto. Pensando los problemas de su tiempo —como siempre lo había hecho— con los pies en la tierra y la cabeza mirando hacia un horizonte socialmente más justo, políticamente más democrático, pedagógicamente más liberador, comunicacionalmente más dialógico. Porque, afirmaba, «definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir» (1985).

Hablar del "pensamiento utópico" de Mario puede ser entonces una justa descripción. Siempre y cuando no se olvide que su praxis buscaba dar pasos muy concretos hacia ese horizonte. Para ello contaba con muchas "horas de vuelo" en los medios de comunicación y en el trabajo con los movimientos sociales. Conocía bien los límites, entonces, pero también las necesidades y posibilidades. Tal vez ello explicaba algunas de las diferencias que tuvo con ciertas miradas desencantadas de los 90, que parecían estar "de vuelta" de todo... sin haber nunca ido. Miradas que miraban con escepticismo posmoderno un pensamiento como el de Mario —y el de muchos otros— que, aún en tiempos de globalización neoliberal seguían —y siguen— creyendo que otro mundo es posible.

A Mario le gustaba decir que

> «Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad» (1992a).

Su praxis fue entonces la de la construcción de alternativas que sirvieran para abrir la doble vía en la calle ancha de la comunicación. Para ensanchar esa calle de modo que muchos debates —y mucha gente— pudieran circular por ella. Peleando por un mundo en el que quepan todos los mundos, pero muy especialmente los mundos de los excluidos, de los olvidados de la tierra.

Notas

1 En adelante las fechas entre paréntesis corresponden a trabajos del propio Mario Kaplún.

2 Esta y otras afirmaciones sin referencia a textos específicos provienen de notas manuscritas dejadas por Mario y de conversaciones personales y familiares. Espero que el lector sepa disculpar, en mi caso, que no tenga otras "pruebas" que exhibir.

3 Especialmente con gente como Armand Mattelart y Héctor Schmucler y Hugo Assman. Mario recordaba (1992a) cómo en un coloquio sobre Comunicación Popular que él mismo organizara en Montevideo en 1971 ellos comenzaron a idear el proyecto que desembocaría en la famosa revista *Comunicación y Cultura*.

4 Me refiero a trabajos cuyo representante más famoso fue el libro de Mattelart y Dorfman (1972).

5 Se trata de un libro lamentablemente nunca publicado por complicadas razones editoriales, que incluyen el problema del costo que, en aquella época, suponía un libro con diapositivas y casetes. Había sin embargo circulado una versión mimeografiada anterior (1982). Llegó a publicarse un capítulo como un *set* de materiales (1989a). Y, muy recientemente, he rescatado el capítulo de fundamentación teórica de ese libro para su publicación en internet (2005) y próximamente en una compilación de textos pioneros de la comunicación latinoamericana. Una descripción sucinta de su método se encuentra en Hermosilla y Kaplún (1987).

6 En el sentido que lo plantea Follari (2001) en su crítica a la corriente dominante de estudios culturales en América Latina, que termina por identificarse acríticamente con sus objetos de estudio: «si la televisión domina la cultura con aceptación pública, deberemos aceptarla; si el consumo es la marca de la época haremos su elogio como nueva forma de ciudadanía; si la cultura de masas navega en la indistinción, deberemos construir híbridos conceptuales». La crítica de Follari se dirige principalmente a los trabajos de Néstor García Canclini a partir de los 90 y —tal vez más aún— de quienes partiendo de sus textos han construido muchos trabajos sobre diversos "objetos" de la cultura masiva popular: los centros comerciales, los medios, la música, etc.

7 He discutido más ampliamente esta cuestión en otra oportunidad (G. Kaplún 2001a).

8 Véase, por ejemplo, Shannon y Weaver (1962).

Un puñado de pioneros que se fueron demasiado pronto

Bibliografía citada

Cloutier, Jean (1973). *La Communication Audio-scripto-visuelle à l'heure des Self-media*. Presse de l'Université de Montréal.

Dichter, Ernest (1970). *Las motivaciones del consumidor*. Buenos Aires, Sudamericana.

Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand (1972). *Para leer al Pato Donald*. Ediciones Universitarias de Valparaíso.

Follari, Roberto (2001). *Teorías débiles (Para una crítica de la deconstrucción y de los estudios culturales)*. Rosario, Argentina, Homo Sapiens.

Freire, Paulo (1980). *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Kaplún, Gabriel (1998). "Mario Kaplún: el viajero" en *Revista Chasqui*, Nº 64. Quito, CIESPAL.

Kaplún, Gabriel (2001a). "Facultades de comunicación: entre la crítica y el mercado". Conferencia en el Primer Encuentro de Facultades y Carreras de Comunicación del Cono Sur. Mendoza, FELAFACS-UNC.

Kaplún, Gabriel (2001b). "El *e-learning*: ¿una revolución pedagógica sin pedagogía?". Ponencia presentada en el II Seminario Regional de ALAIC. Argentina, La Plata.

Kaplún, Mario (1971-72). *Jurado Nº 13*. Radioserie de 60 capítulos. Serpal (grabada en Montevideo, editadas en disco en Bogotá).

Kaplún, Mario (1973). *La comunicación de masas en América Latina*. Bogotá, DEC.

Kaplún, Mario (1978a). *Producción de programas de radio: el guión, la realización*. Quito, CIESPAL.

Kaplún, Mario (1978b). *Casete-foro: un sistema de comunicación entre grupos*. Montevideo, IPRU.

Kaplún, Mario (1982). "Lectura crítica. Un método para el desarrollo del sentido crítico de los usuarios de medios masivos". Mimeografiado. Caracas, CESAP.

Kaplún, Mario (1983). *Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos*. Santiago de Chile, UNESCO.

Kaplún, Mario (1985). *El comunicador popular*. Quito, CIESPAL.

Kaplún, Mario (1986). *Lectura crítica de la comunicación masiva*. Inédito.

Kaplún, Mario (1987). *La educación para los medios en la formación del comunicador social*. (En colaboración con Helena Hermosilla). Montevideo, FCU.

Kaplún, Mario (1988). "Comunicación, democratización y hegemonía en la perspectiva del 2000" en Roncagliolo, R. (ed.) *América Latina 2000: cinco enfoques sobre el futuro de las comunicaciones*. Lima, IPAL.

Kaplún, Mario (1989a). *Lectura crítica de la publicidad*. Montevideo, Ecos-UNESCO.

Kaplún, Mario (1989b). "Video, comunicación y educación popular: derroteros para una búsqueda" en Valdeavellano, P. (ed.) *El video en la educación popular*. Lima, IPAL.

Kaplún, Mario (1992a). "Mis (primeros) cincuenta años como aprendiz de comunicador" en *Boletín ALAIC*, Nº 7-8. Sao Paulo.

Kaplún, Mario (1992b) *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*. Santiago de Chile, UNESCO.

Kaplún, Mario (1993). "Del educando oyente al educando hablante" en *Diálogos de la Comunicación*, Nº 37. Lima, FELAFACS.

Kaplún, Mario (1996). "Ni impuesta ni amada: la recepción televisiva y sus tierras incógnitas" en Orozco, Guillermo (coord.) *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México, Universidad Iberoamericana.

Kaplún, Mario (1998). "Procesos educativos y canales de comunicación" en *Comunicaçao e Educaçao*, Nº 14, Sao Paulo, y en *Chasqui*, Nº 64, Quito.

Kaplún, Mario (2005). "Para comprender la comunicación masiva" en *La iniciativa de la comunicación*.

Laswell, H. D. (1979). "Estructura y función de la comunicación en la sociedad" en Moragas, M. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili.

Max-Neef, Manfred y otros (1986). *Desarrollo a escala humana*. Santiago de Chile, CEPAUR.

MacBride, Sean (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, Fondo de Cultura Económica.

Shannon, C. E. y Weaver, W. (1962). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.

Vygotski, Lev (1979). *Pensamiento y lenguaje*. Buenos Aires, La Pléyade.

Kaplún, Gabriel (2005). Ponencia presentada en CELACOM. Reproducción autorizada por el autor.

CULTURA POPULAR, PARADIGMA E IDENTIDAD
MOVIMIENTOS SOCIALES Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA
PODER, MEDIOS Y ESFERA PÚBLICA
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DERECHOS DE LA COMUNICACIÓN

DOS

LECTURAS CONTEMPORÁNEAS

La comunicación para el desarrollo

Extracto de *La comunicación como herramienta esencial del desarrollo sostenible*

Juan Díaz Bordenave

Se suele denominar así al uso planificado de principios, medios y técnicas de comunicación para apoyar a programas y proyectos en los diversos sectores del desarrollo, tales como salud, educación, agricultura, organización comunitaria, asociativismo, etc. En los últimos años este campo viene superando su antiguo paradigma vertical y asistencialista y adoptando el paradigma participativo. La recepción pasiva de servicios ofrecidos por instituciones oficiales o privadas está siendo reemplazada por iniciativas autogestionarias de la población organizada. Consecuentemente, la difusión vertical de mensajes desarrollistas del gobierno al pueblo está siendo reemplazada por el fortalecimiento de la autoexpresión y la capacidad comunicacional del propio pueblo. En otras palabras, el dirigismo estatal asistencialista cede su lugar a la *movilización comunitaria*. La movilización comunitaria puede definirse como la participación protagónica y sostenida de los individuos, grupos y organizaciones de la comunidad —sea por iniciativa autónoma, sea estimulada externamente— en la promoción del desarrollo integral y del ejercicio de los derechos ciudadanos.

A su vez, la movilización comunitaria utiliza el llamado *planteamiento participativo*, en sustitución del *planteamiento tecnocrático* antes practicado en todos los países.

Ahora bien, ¿cómo funciona la comunicación para el desarrollo dentro del nuevo paradigma participativo y autogestionario de la movilización comunitaria?

1. En primer lugar, ella facilita el diálogo entre los miembros de la comunidad. ¿Cómo?
   - Ayudando al diagnóstico participativo de las situaciones-problema y a la presentación de los problemas identificados a la comunidad.

   Ejemplo: En el Perú, un vídeo sirvió para diagnosticar la explotación de que eran objeto los miembros de una cooperativa agrícola por los intermediarios. El vídeo fue presentado al ministro de Agricultura que, impresionado por el vívido informe visual de la situación, mandó tomar medidas inmediatas para acabar con la explotación.
   - Estimulando la reflexión comunitaria y la priorización de los problemas.

   Ejemplo: En Jamaica, un vídeo que mostraba el trabajo de las mujeres agricultoras, incluyendo trabajadoras brazales, pequeñas agricultoras y empresarias agrícolas, llevó a los dirigentes y técnicos de los servicios agrícolas oficiales a apreciar la valiosa contribución de las mujeres a la producción agrícola, a conocer sus necesidades y problemas y a reflexionar sobre el machismo predominante.
   - Favoreciendo el intercambio de ideas y experiencias entre comunidades distantes.

   Ejemplo: En comunidades del Ecuador se instalaron unidades comunitarias de comunicación constituidas por jóvenes previamente capacitados en el uso de medios simples tales como periódicos murales, periódicos comunitarios, fotomontajes, carteles, etc., así como técnicas de autodiagnóstico y planteamiento comunitario. Los jóvenes enviaban noticias y reportajes de su comunidad a la Radio Latacunga, que los difundía a otras comunidades de la provincia de Cotopaxi.
   - Apoyando la organización de la comunidad para la solución de problemas.

   Ejemplo: En la Zona Centro de Nariño, hojas sueltas y cintas de audio relativas al uso adecuado del agua o a la prevención del cólera desde el hogar, una vez sometidas al proceso de socialización denominado animación cultural, han dado paso a debates sobre temas como las prácticas organizativas, el papel en la región de ciertas instituciones estatales y señalamientos muy claros de responsabilidad comunitaria y estatal frente al deterioro de las cuencas de los ríos por la minería intensiva.
2. En segundo lugar, la comunicación fortalece la capacidad de la comunidad de hacer conocer sus aspiraciones, necesidades y problemas a las autoridades y a la sociedad como un todo. ¿Cómo?
   - Informando a la comunidad sobre los servicios existentes y la forma de acceder a los mismos:

   Ejemplo: El gobierno de Mozambique ha obtenido financiamiento internacional para instalar 21 emisoras comunitarias de radio. Una de las misiones de estas radios es informar a la población sobre a cual institución deben acudir para obtener determinados servicios.
   - Capacitando a miembros de la comunidad en el uso de medios de comunicación para informar a las autoridades y al público en general sobre necesidades de asistencia.

   Ejemplo: Otra de las misiones de las radios comunitarias es desarrollar la capacidad de expresión y denuncia, así como también el hábito del diálogo y el debate sobre temas de interés de la comunidad.
   - Apoyando las reivindicaciones de las comunidades, ayudándoles a obtener legitimación y apoyo de las autoridades, formadores de opinión y medios de comunicación social, a las soluciones propuestas para sus problemas.

   Ejemplo: En el Brasil, la Campaña contra el Hambre y por la Ciudadanía llevó la demanda popular por alimentos a la atención de la presidencia de la República, que constituyó un comité nacional presidido por un obispo. Gracias al reconocimiento oficial de la campaña, esta legitimación superior hizo que numerosas instituciones oficiales y privadas organicen comités locales para conseguir y distribuir alimentos.
   - Informando a la comunidad sobre sus avances en el proceso de movilización hacia la solución deseada.

   Ejemplo: En el estado de Maranhao, Brasil, el periódico *Aspiraçao*, publicado mensualmente por la Asociación de Salud de la Periferia del Maranhao, divulga informaciones sobre las victorias del movimiento popular en favor de la salud y la educación.
3. En tercer lugar, la comunicación promueve que las instituciones oficiales y privadas utilicen adecuadamente la comunicación en su relación con las comunidades. Así, procura que aquellas organizaciones:
   - Capten las necesidades y pedidos de asistencia de las comunidades y las transmitan a los sectores técnicos correspondientes.
   - Se intercomuniquen con otras organizaciones para coordinar sus programas de apoyo a las comunidades.
   - Elaboren estrategias de comunicación en apoyo a los programas y proyectos de intervención social en las comunidades.
   - Preparen materiales y usen medios de comunicación para llevar mensajes a los diversos sectores pertinentes de la población.

Bordenave, Juan Díaz (1996). "La comunicación como herramienta esencial del desarrollo sostenible" en *Población y desarrollo*. Paraguay, Universidad Nacional de Asunción (UNA).

Extracto de

De nombrar el mundo a teorizar sus relaciones: nuevas direcciones de la comunicación participativa para el desarrollo

Robert Huesca

A lo largo de los últimos veinte años, el campo de la comunicación ha visto un creciente interés en los planteamientos y modelos participativos de planificación, implementación y teorización del desarrollo. La investigación de la comunicación participativa para el desarrollo ha generado numerosas maneras de conceptualizar e implementar la participación, cuya variedad se ha examinado eficazmente en otros textos (por ejemplo, Jacobson 1992). Esta variedad ha presentado un argumento convincente a favor de la participación de los ciudadanos comunes en la definición de la realidad social, la identificación de prioridades y el diseño de los programas mediáticos de desarrollo. Gran parte de este trabajo se ha inspirado y justificado en las contribuciones teóricas y metodológicas de Paulo Freire, cuya premisa básica es que los investigadores deben privilegiar y aprender de las experiencias de las gente común para empezar a trabajar hacia el cambio social (véase especialmente Freire 1970, 1973). De particular interés para este artículo es el concepto de «nombrar el mundo» de Freire, que radica en el uso del lenguaje cotidiano para revelar las raíces complejas y ocultas de la opresión. Es en este nombrar el mundo donde la comunicación desempeña un papel medular, en el que el diálogo funciona como el modo de comunicación necesario para el desarrollo participativo.

El propósito de este artículo es extender esta área de investigación al sugerir que los ciudadanos comunes no sólo son capaces de nombrar su mundo, sino que también teorizan sistemáticamente las complejas relaciones de la vida cotidiana. Un desplazamiento en el énfasis de la investigación del desarrollo participativo, de alentar a las personas a que nombren el mundo a centrarse en cómo teorizan sus relaciones, sería pragmáticamente provechoso para los proyectos dirigidos al cambio social. Mediante un esfuerzo deliberado por develar, identificar y extraer las teorías de la comunicación y el cambio social de la gente, los investigadores podrían adquirir nuevas perspectivas sobre las prácticas mediáticas actuales, generar acciones futuras y cumplir el mandato de la investigación participativa de reconocer y honrar la validez de las vivencias de sus sujetos de investigación. En este artículo demostraré la continuidad intelectual del desplazamiento de meramente nombrar el mundo, a teorizar explícitamente sobre él e ilustraré la importancia de dicho desplazamiento con algunos ejemplos de radiodifusores en Bolivia.

De "nombrar" a "teorizar"

Los adelantos de Freire en la capacitación para la alfabetización sentaron las bases de gran parte de la investigación de la comunicación participativa para el desarrollo que ha surgido en los últimos veinte años. De importancia medular fue su insistencia en basar los ejercicios pedagógicos en las vivencias de los estudiantes, como imperativo moral y como necesidad pragmática. Al alentar a los estudiantes a nombrar sus mundos, los maestros validaban la humanidad de sus alumnos, a la vez que generaban palabras y temas que repercutían en sus luchas cotidianas. Esta intensa repercusión daba a los alumnos el ímpetu para aprender a leer y escribir, y abría las posibilidades de una conciencia crítica emergente que constituyó la base de movimientos impulsados por la teoría —la praxis— a favor de la justicia social.

Esta línea de pensamiento ha sido adoptada por una serie de teóricos y profesionales del desarrollo que abogan por la participación popular en la identificación de las metas de desarrollo, la determinación de la estructura de los programas y la evaluación de resultados. Una de las extensiones más conocidas de este planteamiento de la comunicación es el paradigma de «la multiplicidad en un mundo» de Servaes (1989). El paradigma de la multiplicidad abarca las premisas principales de la pedagogía crítica de Freire respecto de la participación popular en la práctica de nombrar el mundo. Complica la obra de Freire, no obstante, al resaltar que las culturas no son monolíticas y unificadas, sino que contienen múltiples interpretaciones y significados de varios conceptos, tales como la pobreza y la opresión. Bajo este presupuesto, Servaes eleva el papel de la comunicación a explorar, catalogar y mediar la multiplicidad de significados dentro de una sola cultura.

Aunque este énfasis en la multiplicidad acentúa el papel de la comunicación en el desarrollo participativo, no llega a distinguir que, en la comunicación, se crean múltiples significados. Dicha distinción exige explorar cómo los participantes comprenden, construyen y franquean los elementos diversos, complementarios y contradictorios de sus vidas cotidianas; cómo teorizan las relaciones del mundo.

Dervin y Clark (1989) reconocieron la capacidad de la gente común y corriente para teorizar las relaciones en sus entornos materiales y simbólicos a medida que adaptan y adoptan, resisten y aceptan, inventan y cambian en condiciones de vida de presión y, a veces, de opresión, que incluyen el contexto mediático internacional. Plantean, además, que las teorías mediante las cuales las personas se mueven en el mundo son en sí mismas múltiples y contradictorias, porque a través del tiempo no sólo son explícitas, conscientes e ideadas, sino también tácitas, inconscientes y habituales. Su trabajo sugiere que se puede lograr un progreso en el desarrollo mediante investigaciones y prácticas que permitan que la gente común explique su cosmovisión al sentar las proposiciones y relaciones principales de las sociedades en la que interactúa. Este planteamiento enriquecería la comprensión de los investigadores de cómo los medios pueden transformar y transforman las sociedades. Más aún, proporcionaría a los investigadores y profesionales del desarrollo una nueva comprensión de la relación entre la comunicación y el cambio social, que conformaría la base para estrategias de intervención más pertinentes y eficaces.

Un planteamiento acorde con las metas arriba delineadas es la metodología del *sense-making* o "dar sentido" de Dervin (1992). Se trata de una teoría detallada de cómo las personas se mueven comunicativamente por el mundo, y forma la base para elaborar entrevistas que puedan determinar cómo teorizan el mundo. Las entrevistas que utilizan la metodología *sense-making* anclan las preguntas en vivencias trascendentes que los entrevistados identifican como pertinentes para un tema dado, tal como un proyecto de desarrollo exitoso o un programa de medios problemático. Luego se da más cuerpo a las respuestas profundizando en las circunstancias que condujeron a la vivencia (por ejemplo, historias, sucesos, ideas, sentimientos, preguntas), los pensamientos y acciones utilizados para darles sentido (por ejemplo, ignorar, aceptar, resistir, realzar) y los resultados que siguieron (cambios materiales, diferencias sociales, más comprensión). Debido a su profundo carácter iterativo y cíclico, las entrevistas basadas en los presupuestos del *sense-making* generan retratos ricos y detallados de cómo la intermediación humana sostiene y transforma las estructuras sociales, retratos creados desde la perspectiva del intermediario humano, no del teórico social o el agente de desarrollo superdotado.

El interés en la participación popular en los medios y en privilegiar a las personas comunes como teóricos sociales apuntalaron un estudio de radiodifu-

sores en la zona de explotación minera del estaño de Bolivia en 1992-1993. Aplicando métodos de observación y entrevista de los participantes basados en las indicaciones teóricas del enfoque de "dar sentido", viví y trabajé con radiodifusores bolivianos durante 5 meses. Los emplazamientos para este estudio —Radio Nacional de Huanuni, Radio Pío XII y el Centro de Investigación y Servicio Popular (CISEP)— se seleccionaron debido a sus antecedentes como instituciones altamente participativas que han logrado beneficios para los trabajadores y los pobladores urbanos de clase baja. Las teorías de los radiodifusores desprendidas de las entrevistas y las notas de campo se presentan a continuación de manera abreviada para exponer la riqueza que este enfoque entraña para los académicos y trabajadores que comparten un interés en el desarrollo participativo.

La comunicación participativa para el cambio social: puntos de vista de los radiodifusores

Las conversaciones con los radiodifusores bolivianos no produjeron una teoría unificada de la comunicación y el cambio social, sino una amalgama de conceptos complejos y complementarios. La diversidad de estas teorías fue inesperada, dada la relativa homogeneidad de la población y la historia de las luchas obreras teóricamente fundamentadas que rodean la radiodifusión en Bolivia. La mayor parte del trabajo académico sobre las radios mineras concluye que en esta región los medios han funcionado de modo algo mecanicista como herramientas para edificar redes de solidaridad, movilizar a las poblaciones en movimientos de resistencia, y promover y proteger a las culturas indígenas (véanse, por ejemplo, Lozada y Kúncar 1986, O'Connor 1990). Las entrevistas con los radiodifusores, sin embargo, generaron retratos mucho más complejos e interesantes de las relaciones entre la comunicación y la transformación social.

Teorías de la comunicación

Las conversaciones sobre comunicación identificaron varios temas dominantes, que incluyeron los aspectos relacionales, políticos, prácticos y éticos de la comunicación. La manera más común de describir la comunicación se centró en su aspecto relacional. La práctica mediática fue descrita como un trabajo que se hace conjuntamente con otros a partir de enlazarse, conectarse, ligarse, vincularse y comprometerse. No era la actividad solitaria del experto formado para documentar la realidad, como en el periodismo occidental tradicional. Las palabras "ligarse" y "comprometerse" se usaban reiteradamente en las diversas entrevistas para explicar y describir las vivencias comunicativas:

> «La comunicación no es sólo enviar mensajes. Es entrar a las masas. Entrar, bueno, si no a las masas, entrar a la vida de las personas, compartir con ellas, estar allí en lo bueno y en lo malo. Esta vivencia me ha ayudado a adquirir un sentido de compromiso con los sectores populares de la sociedad».
>
> Alfredo A., director de *Radio Pío XII*

Forjar vínculos comprometidos con los actores sociales obligó a los difusores a adoptar posiciones políticas respecto de las alianzas específicas que formaban en las actividades mediáticas. La dirección de estas alianzas era más clara en las radioemisoras sindicales:

> «El trabajo de una emisora sindical es muy diferente del que hacen en las ciudades [en las estaciones comerciales]. Las emisoras sindicales están comprometidas con los trabajadores, con esta clase conocida como la clase explotada, la clase desposeída, con los sectores populares. Aquí es donde podemos realmente alcanzar más libertad en nuestro trabajo que la que pueden lograr en las ciudades, porque en las ciudades casi todas las radios, o casi cualquier medio de comunicación, es un negocio privado. Tienen sus propietarios, ¿no? Así que ése es un sistema diferente, un sistema con censura. Sería difícil para nosotros decir allí lo que pensamos o creemos o siquiera lo que vemos».
>
> Ana L., productora a medio tiempo de *Radio Nacional de Huanuni*

La dirección política proporcionada por la estructura de propiedad sindical se repetía en las otras estaciones, que optaron conscientemente por alinearse con la clase trabajadora. En lugar de interpretar esta dirección como una restricción sobre lo que podían hacer, los difusores describían un sentido de "libertad" y poder para definir la realidad y la verdad a partir de sus alianzas políticas.

Quizá debido a su carácter altamente político y comprometido, a menudo se hablaba de la comunicación en términos prácticos como una herramienta a disposición de los sindicatos y otras organizaciones populares:

> «Uno de los objetivos de la institución es precisamente éste: apoyar a los sindicatos y las organizaciones populares para que puedan debatir entre ellos usando los elementos que les ofrecemos. Pueden llegar a sus propias conclusiones y pienso que, efectivamente, han hecho sus propios análisis. Deben hacer sus propios análisis y tener respuestas para responder a las situaciones. Ése es el objetivo del CISEP».
>
> Gari E., productor técnico del CISEP

Este difusor se hacía eco de las opiniones de muchos otros cuando describía la comunicación como un "apoyo", como un "elemento" técnico que era secundario y estaba subordinado a los movimientos sociales. Aunque beneficiosa en un sentido pragmático, la postura de comunicación como herramienta amenazaba con minar el aspecto relacional de la comunicación mencionado anteriormente.

Un aspecto final de la comunicación resaltaba la dimensión ética, ya que las prácticas mediáticas casi siempre seguían y adherían a una agenda particular, una que invocaba la transformación hacia una sociedad más justa, igualitaria, digna y democrática:

> «La mayor parte del tiempo, los programas que se transmiten están muertos al día siguiente porque nuestras mentes son muy frágiles. Yo creo que uno debe trabajar hacia la esperanza si hay algo que no se puede quitar es nuestro derecho a soñar de una vida donde no haya estas cosas: injusticias, problemas sociales con consecuencias de alcoholismo y todo eso. Uno debe trabajar para eso y la radio es un medio con fuerza y, a veces, influencia. Uno debe trabajar para eso».
>
> Pedro I., ex productor comunitario de *Radio Nacional de Huanuni*

Esta visión era generalizada y, más aún, se había convertido en la política de facto en *Radio Pío XII*, cuyos empleados recibían capacitación regular de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), que cuenta con una agenda de medios para el cambio social.

Las teorías de la comunicación de los difusores no eran unificadas, pero funcionaban como amalgamas que se complementaban entre sí. A menudo, teorías contradictorias o antagónicas —por ejemplo, comunicación como compromiso frente a comunicación como herramienta— eran expresadas por un mismo difusor. De modo similar, los recuentos de los difusores sobre el cambio social eran diversos.

Teorías del cambio social

Las teorías de los difusores sobre el cambio social se agrupaban en dos perspectivas amplias. La perspectiva predominante interpretaba que el proceso de cambio social ocurría en secuencias racionales; en una sucesión algo predecible, controlable y evolutiva de pasos que se pueden catalizar y facilitar mediante las técnicas de comunicación. Una perspectiva menos extendida interpretaba el cambio social como un fenómeno emergente sin orden, secuencia ni dirección predecible. Según esta perspectiva el cambio social está en proceso de llegar a ser, un proceso que la comunicación tanto posibilita como obstaculiza.

Los difusores que expresaban la visión secuencial del cambio social subrayaban dos temas principa-

les: la evolución y la conciencia. Es decir, el cambio social seguía una progresión natural que empezaba por la toma de conciencia:

> «La Federación de Juntas Vecinales (FEJUVE) de El Alto era una organización bastante fuerte en Llallagua. Tras haber concientizado a la gente [vía la radio] sobre sus luchas y sus iniciativas de organización, Llallagua ahora tiene calles pavimentadas y ha logrado cierto nivel de progreso, gracias a estos esfuerzos».
>
> Loren R., director de *Radio Nacional de Huanuni* y ex director de *Radio Llallagua*

En este caso, los logros materiales —la pavimentación de las calles, el "progreso"— se atribuyeron a la toma de conciencia. Para algunos difusores, la concientización era la única manera apropiada y duradera de cambiar la sociedad:

> «Logramos que el pueblo tomara conciencia de sus problemas y su derecho absoluto a reclamar. Ahora, en cuanto a cumplir objetivos específicos definidos por sus reclamos, no logramos ninguno porque eso no le compete a la radio. Si empezamos a tratar esos problemas, por ejemplo, temas sociales, entonces nos convertiríamos en una institución asistencialista. La radio no puede tener ese tipo de carácter. El asistencialismo de cualquier tipo obstaculiza todos y cada uno de los proyectos, todas y cada una de las esperanzas, todas y cada una de las metas de un grupo particular de personas. Frena sus aspiraciones. Más bien, lo que se necesita hacer es motivar, hacer, que este grupo sea consciente de sus problemas para lograr sus propios objetivos».
>
> Pablo J., colaborador del CISEP

Este difusor además criticó las actividades de los medios que emprendían iniciativas materiales más directas con las personas, por tratarse de "paliativos", soluciones temporales que en realidad impedían el cambio social porque obviaban la toma de conciencia.

Una última variación del tema de la toma de conciencia se centraba en la recuperación de la memoria como una manera de crear una continuidad de conciencia:

> «Por ejemplo, hemos visto que la esencia de este distrito ha sido arrasada por las películas, la televisión y lo demás. Así que toda esta memoria [del movimiento minero] se estaba destruyendo y la gente empezó a adoptar otra realidad. Lo que quiero decir es que quería que mi programa sirva como una experiencia nueva para los jóvenes, para que comprendan que ellos también… ésa fue mi conclusión. También había visto que los dirigentes sindicales ya no tenían presente las primeras luchas [por mejores salarios y condiciones laborales]. Poco a poco, el sindicato se había vuelto propiedad de un partido político y ya no trabajaba para toda la clase obrera de mineros. Lo que estaba sucediendo era una distorsión de aquello por lo que lucharon los dirigentes originales».
>
> Lalo E., trabajador de extensión con los mineros para la *Radio Pío XII*

Este difusor diseñó un programa que se nutría de los recuerdos locales de los acontecimientos trascendentes de años atrás en la lucha por mejores sueldos y condiciones laborales. Describía el programa histórico como generativo —una manera de estimular un renovado interés de los jóvenes sin experiencia en las luchas obreras— y correctivo —una manera de reorientar movimientos que habían perdido el rumbo—.

En contraste con estas perspectivas secuenciales, una serie de difusores describían el cambio social como algo que surgía de maneras impredecibles moldeadas por circunstancias coyunturales. Este proceso no siempre asumía una forma reconocible, como explicó un difusor:

> «A veces, las cosas que pasan en Bolivia, y en realidad así son los movimientos populares en toda América Latina, no son lo que podríamos llamar ya establecidas o inherentes de alguna manera. Siempre se están creando. Los movimientos populares… no recuerdo, por ejemplo, que haya habido jamás una marcha nocturna con antorchas como sucedió la otra noche. La gente acá tiene la costumbre de hacer sus marchas de día. Asimismo, nunca había habido una crucifixión. Luego hubo autocrucifixiones durante una protesta, como un tipo de lucha. Así es la dinámica».
>
> Alfredo A., director de *Radio Pío XII*

Además de tener formas múltiples y manifiestas, la perspectiva emergente del cambio social consideraba que los movimientos populares ocurrían en función de los cambios de circunstancias. Los momentos de crisis severa, por ejemplo, parecían sacar lo mejor de las personas:

> «Es en los momentos desafortunados de desesperación que las personas son muy solidarias. Cuando tratan de defenderse contra algo que va a tener una gran repercusión en el pueblo, es algo muy espontáneo. Simplemente aparecen estas marchas de solidaridad que ayudan a crear determinación. No hay necesidad de arrastrar a la gente. Aparecen como ovejas. Creo que esto me ha ayudado mucho».
>
> Marta M., trabajadora de extensión de *Radio Pío XII*

Los momentos de crisis también incentivaron la creatividad de los difusores, que se dieron cuenta de que las circunstancias cambiantes exigían nuevas formas de comunicación. Al explicar una forma llamada la cadena radial,[1] un difusor explicó su aparición así:

> «Creo que la cadena apareció como una necesidad del momento. Quiero decir que había una necesidad de comunicación, ¿no? Porque cuando hay un dictador que cierra toda la comunicación, y la dictadura de García Meza era muy poderosa, como creo que todos saben, entonces, debido a la censura severa, creo que las cadenas ocurrieron por la necesidad de los trabajadores de organizarse. Si revisamos la historia, creo que, al menos en los acontecimientos que han tocado mi vida, las cadenas han funcionado mejor en épocas de dictadura. Por contraste, en épocas como la que estamos viviendo, y esto probablemente también es tu experiencia, como has podido observar, uno no siente la necesidad, así que sólo una o dos estaciones participan. En cambio, durante épocas de dictadura, todos sentíamos la necesidad de comunicarnos entre nosotros».
>
> Ana L., productora a medio tiempo de *Radio Nacional de Huanuni*

Ya que los detalles que rodean los acontecimientos diarios pueden cambiar radicalmente, los movimientos para el cambio social deben poder responder a las nuevas circunstancias para mantener su vitalidad. Los difusores de comunicación que conceptualizaban el cambio social como un fenómeno emergente parecían poder responder con más flexibilidad en su programación que los que concebían el cambio social como un proceso evolutivo.

Las teorías en la práctica

Las teorías generales de la comunicación y el cambio social descritas arriba funcionaron como marcos de referencia importantes que tuvieron un efecto directo en las decisiones específicas de programación. Los difusores que veían el cambio social como una secuencia de pasos evolutivos tendían a apoyarse en conceptos de la comunicación como herramienta o implemento para la toma de conciencia al formular sus programas de radio. En cambio, los difusores que conceptualizaban el cambio social como un fenómeno emergente tendían a recurrir en el trabajo a modos de comunicación más flexibles e impulsados por el sentido, el momento y la relación.

Los difusores que compartían el punto de vista secuencial y evolutivo del cambio social se remitían a conceptos y preceptos estratégicos predefinidos de la acción social para dirigir las respuestas de comunicación. Las estrategias predefinidas aparecían como principios rectores abstractos (tales como la "opción por los pobres" de la estación católica o la "solidaridad con las clases explotadas" de la estación sindical) o como pasos concretos (la selección de temas apropiados, entrevistas a dirigentes en los sectores organizados y el uso de palabras seleccionadas de dichos dirigentes). Un ejemplo de una or-

ganización no gubernamental ilustra las estrategias predefinidas de comunicación:

> «Dentro de nuestro público objetivo tenemos grupos definidos. Para ser exactos, la institución desde un comienzo ha sido una de apoyo popular, especialmente después de 1985, cuando hubo tantos despidos en nuestro país. ¿Cómo podemos aliviar esta situación? Haciendo pequeños estudios que sean útiles para el sector popular. Pero después tuvimos que redefinir nuestros objetivos. El sector popular por ahora, está concentrado en las microrregiones del sector minero. Allí tenemos, por ejemplo, a Santa Fe, Cañalón, el sector minero de Colquiri en el departamento de La Paz, y los barrios suburbanos pobres alrededor de Oruro, aquí. Trabajamos con ellos. Hay más de seis de esos barrios pobres. Estamos en Cantuta, en el barrio de Rosario, y es posible que agreguemos más. Pero tienen que ser zonas pobres».
>
> Gari E., productor técnico del *CISEP*

El principio rector predefinido (la opción por los pobres) tenía como resultado públicos prescritos (microrregiones del sector minero, barrios suburbanos nuevos, zonas pobres) con temas dados (generalmente las condiciones materiales de sueldos, agua, desagüe, electricidad) y fuentes fijas para las entrevistas (dirigentes locales). Todas las estaciones en este estudio usaban estrategias predefinidas, que parecían coincidir con un sentido de comunicación como herramienta para transmitir la información necesaria a la construcción de movimientos de transformación social.

Los difusores que veían el cambio social como un fenómeno emergente, en cambio, tendían a implementar prácticas de comunicación de carácter alterativo. Las prácticas alterativas incluían principios rectores abstractos (monitoreo, coordinación y facilitación de la organización social) y pasos concretos (generar temas mediante el establecimiento "orgánico" de agendas, buscar fuentes múltiples y diversas para las entrevistas, elegir palabras que emanaban de la experiencia cotidiana de las bases). Por ejemplo, una ex productora de una estación de radio sindical recordaba cómo el Comité de Amas de Casa local —una organización popular común en las zonas mineras— había establecido una agenda de programación. En este caso, el comité votó a favor de marchar desde el pueblo minero de Huanuni hasta el centro urbano de Oruro para protestar por la retención de los sueldos de sus maridos. En una entrevista conjunta con su esposo, la difusora explicó cómo surgió este programa:

> «Las amas de casa tomaron esta medida porque no se les estaba pagando los sueldos a los trabajadores como era debido. Así que como son las cosas aquí, la mujer se pone en el frente de batalla y decide marchar, ves, para exigir el pago de los sueldos atrasados. Directamente de la marcha, salimos al aire, usando *walkie-talkies*, junto con Sergio [su esposo]»...
>
> Sara S., ex productora de *Radio Nacional de Huanuni*

> «Cuando las amas de casa decidieron marchar, ya que ella [su esposa Sara] estaba totalmente identificada con las mujeres y sus problemas, por supuesto que no tenía alternativa. Tenía que ir. Tenía que marchar junto con las amas de casa. Y toda la travesía se transmitía a la estación de radio».
>
> Sergio H., técnico de *Radio Nacional de Huanuni*

El episodio relatado es un ejemplo claro de una selección alterativa de temas, donde la difusora jamás pierde de vista sus objetivos (monitorear, facilitar y contribuir a los movimientos populares para el cambio social) y, sin embargo, los logra sin predefinir su tema, sus fuentes o el lenguaje. En estos casos, la capacidad de responder con flexibilidad es más valiosa que la capacidad de actuar estratégicamente.

Otro ejemplo que ayuda a aclarar el planteamiento alterativo se refiere a la identificación de las fuentes para entrevistas. Durante el reportaje de una huelga minera en la que los mineros ocuparon una sección interior de la mina, una difusora usó distintos medios —grabaciones de audio, micrófono abierto y grandes periódicos murales— para conectar a los actores sociales dispersos y convertir a los públicos en productores:

> «Entramos a la mina para obtener la vivencia de los huelguistas: cómo se sentían en ese momento, de estar agotados, de desesperanza, de las cosas que estaban viviendo. Rescatamos un poco de la vivencia humana de estas personas, sabes. Así que entrábamos con nuestros periódicos murales y ellos mismos dibujaban. Llevamos los dibujos a la Plaza del Minero y los exhibimos allí. Era un ir y venir constante, una "respuesta permanente" entre la gente que estaba afuera y los huelguistas que estaban adentro».
>
> Marta M., trabajadora de extensión de *Radio Pío XII*

Un efecto secundario de este tipo de generación de temas y fuentes es el surgimiento de un lenguaje que es más cercano a la realidad que viven las bases —no los dirigentes— en una variedad de movimientos sociales.

En este estudio, predominaron las prácticas de carácter predefinido basadas en una teoría secuencial del cambio social. Esto no es de sorprender y no es necesariamente una crítica, ya que las fuentes, los temas y los lenguajes predefinidos brindan modos eficientes y pragmáticos de manejar las exigencias de la producción radial diaria. La seguridad y estabilidad ofrecida por ese planteamiento, sin embargo, conlleva el peligro de estancamiento, rigidez progresiva y desconexión de las bases sociales. Por otro lado, las prácticas alterativas eran difíciles de conceptualizar y ejecutar debido al alto grado de incertidumbre y ambigüedad, pero lograban responder a las exigencias imprevistas y reconocer las oportunidades nuevas, porque se guiaban por principios como monitorear, coordinar, contribuir y rescatar.

Conclusión

Los defensores de la comunicación participativa para el desarrollo han abogado en forma convincente a favor de la participación de la gente común y corriente en la práctica de nombrar su mundo para la planificación, diseño y evaluación de los programas. Sin embargo, hasta la fecha los estudios no han logrado dar cuenta de todas las implicaciones del paradigma de la "multiplicidad en un mundo", que sugiere que las personas comunes no sólo albergan comprensiones múltiples de sus culturas, sino que también plantean relaciones entre diversos aspectos de la vida cotidiana.

El recuento abreviado de las teorías sociales y de comunicación en el caso boliviano ilustra la utilidad de registrar estas teorías de la gente de todos los días. Las teorías generales secuenciales tanto de la comunicación (como compromiso, como herramienta) como del cambio social (como secuencias evolutivas, como fenómenos emergentes) guiaban, habilitaban y restringían las prácticas mediáticas en los casos específicos de este estudio. Los programas caracterizados por la flexibilidad, la sensibilidad de respuesta y la facilitación de movimientos sociales emergentes parecían más difíciles de formular, pero más eficaces a la hora de afrontar las condiciones radicalmente cambiantes que enfrentaban los sindicatos de trabajadores. Dado que gran parte del mundo está asolada por las mismas políticas neoliberales sufridas en Bolivia (la eliminación de subsidios estatales, el congelamiento de sueldos, el fomento de la inversión transnacional), esta naciente teoría de la comunicación y el cambio social ofrece aplicaciones de amplio potencial a los profesionales del desarrollo que deben afrontar contextos sociales, políticos y económicos constantemente cambiantes.

Esta contribución en particular es, sin embargo, menos importante que la utilidad de comprender cómo las teorías amplias de los difusores guían las opciones y decisiones de programación. Entender los programas mediáticos desde las perspectivas teóricas de las personas comunes proporciona a los trabajadores del desarrollo una base a partir de la cual evaluar, mejorar e inventar prácticas de comu-

nicación que apunten a lograr sociedades más justas, igualitarias y dignas. Entender las teorías cotidianas de la comunicación y el cambio social facilita la formulación de programas de desarrollo compatibles y apunta hacia caminos de acción fructíferos, aunque poco transitados.

Cultivar una sensibilidad respecto de los múltiples significados dentro de una cultura es un primer paso útil hacia el fomento de la comunicación participativa para el desarrollo. El siguiente paso lógico es entender cómo opera la multiplicidad en la vida cotidiana. Esto, evidentemente, exige que la gente común y corriente no sólo nombre su mundo, sino que también teorice sobre sus relaciones.

Notas

1 La cadena radial ocurre cuando la señal de una estación es captada y retransmitida por otra estación, que se superpone a la primera. Esta retransmisión luego es captada por una estación más distante y nuevamente retransmitida, creando un sistema de distribución de baja tecnología. Además de distribuir la señal, las estaciones se turnan originando transmisiones, con lo cual convierten una señal unidireccional limitada en una multidifusión extendida.

Bibliografía citada

Dervin, B. (1992). "From the Mind's Eye of the User: The Sense-Making Qualitative-Quantitative Methodology" en Glazier, J. D. y Powell, R. R. (eds.) *Qualitative Research in Information Management*. Englewood, Colorado, Libraries Unlimited.

Dervin, B. y Clark, K. (1989). "Communication as Cultural Identity: The Invention Mandate" en *Media Development*, 2.

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York, Herder and Herder.

Freire, P. (1973). *¿Extensión o Comunicación?* Buenos Aires, Siglo XXI.

Jacobson, T. L. (1993). "A Pragmatist Account of Participatory Communication Research for National Development" en *Communication Theory*, 3.

Lozada, F. y Kúncar, G. (1986). "Las radios mineras, las voces del coraje" en Simpson Grinberg, M. (ed.) *Comunicación Alternativa y Cambio Social*. Tlahuapan, Puebla, México, Premiá Editora de Libros.

O'Connor, A. (1990). "The Miners' Radio Stations in Bolivia: A Culture of Resistance" en *Journal of Communication*, 40.

Servaes, J. (1989). *One World, Multiple Cultures: A New Paradigm on Communication for Development*. Belgium, Acco.

Huesca, Robert (1996). "Naming the World to Theorizing Its Relationships: New Directions for Participatory Communication for Development" en *Media Development*, 2. London, World Association for Christian Communication (WACC). Reproducción autorizada por el autor.

El conocimiento acerca de la difusión del conocimiento

Extracto de *Relatos, informes y ensayos: un recorrido por los estudios de comunicación rural*

Gustavo Cimadevilla

La década del 50 fue la que en América Latina vio consolidar los emprendimientos estatales vinculados a la generación y transferencia de tecnología a partir de la convergencia de una serie de razones que trascendieron las circunstancias nacionales y se ligaron a: 1) la necesidad de los países centrales de intervenir en regiones potencialmente conflictivas por su estado de "extrema carencia"; 2) el interés por difundir en los diversos mercados los resultados de los avances científico-técnicos obtenidos durante la guerra; y, 3) la procura de los Estados nacionales por mejorar sus condiciones como países productores de materias primas dentro de la división internacional del trabajo. Para ello y bajo el marco de la orientación difusionista analizada, el conocimiento acerca de cómo operaba el trasvase técnico y actitudinal fue clave (Cimadevilla 1990).

Ahora, de hecho, cuando se habla de países centrales interesados en las condiciones de "precariedad" de ciertas regiones del globo y, a su vez, de la posibilidad de compartir los resultados de sus avances científico-técnicos, no hay otro país referente que no sea Estados Unidos.

Justamente en la década del 50 el país del norte enfrentaba una guerra fría, contaba con un alto nivel tecnológico y acumulación de capital suficientes como para erigirse en líder y modelo de los diseños de intervención —en este caso agrícola— para el desarrollo.[1] En ese marco, el proyecto "Punto Cuarto" del presidente Truman (1945/53) se convertía en antecedente de cómo EE.UU analizaba el problema y aplicaba soluciones, en el sentido de considerar necesario ofrecer su ayuda y financiamiento externo para facilitar el "desarrollo" de las naciones. Aspecto que más tarde se enfatizará con la "Alianza para el Progreso" promovida por J. F. Kennedy.

En ese contexto se crearon y/o afianzaron muchos de los institutos estatales latinoamericanos como el IBIA de Bolivia, IIA de Chile, INIPA de Perú e incluso el INTA de Argentina,[2] así como otras dependencias a nivel de Departamentos y Secretarías como fueron los casos del DECA de la República Dominicana, SEEA del Ecuador, ABCAR del Brasil y GDNA de México. Organismos que en general pasaron a desempeñarse como coordinadores de las acciones de desarrollo rural encaradas por el Estado, aplicando las políticas de planificación agropecuaria, investigación, difusión de tecnología y asistencia técnica y dependiendo, según los casos, de los Ministerios de Agricultura o sus similares (Cimadevilla 1990).

Y puede decirse que el conocimiento sobre cómo opera el trasvase técnico era fundamental porque en el modelo norteamericano la aceleración de la economía iba de la mano del trabajo gerencial basado en la inversión en investigación y desarrollo. Hunt y Sherman (1985) expresan en números ese principio: «En las décadas que antecedieron a la Primera Guerra Mundial el aumento del producto por hora/hombre fue del 22% por década. Lo que tornó posible esos índices de crecimiento fueron las macizas inversiones destinadas a la investigación y el desarrollo que, (por ejemplo), se elevaron de 3 mil 400 millones de dólares en 1950 a 12 mil millones en 1960, con un aporte federal que cubrió el 50% de esos valores».

Para esa estrategia de acercamiento de la ciencia y tecnología a la economía y los intereses del Estado, el gobierno norteamericano apoyó, creó y/o promovió la creación de centros e institutos de investigación en las más diversas ramas. Los aportes de las ciencias duras pero también de la psicología social y sociología fueron relevantes. Particularmente vinculados a los problemas de difusión de innovaciones y las actitudes públicas frente al cambio actuaron algunos centros dependientes del Estado como el *Institute for Propaganda Analysis*, la *Information and Education Division* y varios institutos vinculados a universidades como la Oficina de Investigación Social Aplicada de la Universidad de Columbia *(Bureau of Applied Social Research)*, el Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT) y el Departamento de Psicología de la Universidad de Yale, entre otros.

Nombres como los de Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland (considerados como los fundadores de la denominada *Communication Research*)[3] cobraron jerarquía internacional y fueron reconocidos por sus aportes al conocimiento de los procesos y "efectos" comunicacionales. En particular sobre el modo de operar de la persuasión y las funciones y los límites de los medios de comunicación de masas, el papel de los líderes de opinión y la incidencia de las relaciones interpersonales en la divulgación de conocimiento y el cambio de actitudes. Otros intelectuales, discípulos o colegas de aquellos, como Elihu Katz, Leon Festinger, Robert Merton, Wilbur Schramm, Joseph Klapper, Herbert Menzel e Irving Janis compartirán o darán continuidad a esta línea de trabajo.

Dentro de ese paradigma de investigación "administrativa", Everett Rogers será luego el exponente intelectual más sobresaliente por su labor de describir y explicar parte del juego en el que se da la difusión de innovaciones y la adopción de tecnología. Su obra *Diffusion of Innovations* (1962), se divulgó ampliamente y tradujo al español, convirtiéndose en referente de lo que se denominara *difusionismo* entre las corrientes comunicológicas.

Paralelamente a ese proceso de desarrollo y acumulación intelectual sobre la base de investigaciones experimentales y de campo, un importante número de intelectuales norteamericanos —e incluso de becarios latinoamericanos en los EE.UU.— se dedicaron a realizar estudios concretos sobre la problemática del trasvase técnico y la modernización en el contexto latinoamericano. Para la región sur, desde esa perspectiva, dos obras parecen ser referentes clave para dar testimonio de ese esfuerzo de conocimiento. Las dos se publicaron en Brasil y quizás por esa razón no trascendieron lo suficiente al resto de los países de habla hispana que comparten el continente, pero sin duda contienen sistematizadas las investigaciones más significativas que se hayan realizado en el área.

La primera de ellas es una recopilación que los sociólogos rurales Gordon Whiting y Lytton Guimarães realizaron sobre la base de algunas experiencias de conocimiento realizadas en Perú, Colombia y Brasil en la década del 60, vinculadas en general por el análisis de la difusión, aceptación y el rechazo de las innovaciones en los ámbitos agrícolas, médicos y sociales. La obra fue publicada en 1969 y además de dar a conocer algunos trabajos de Everett Rogers, Gustavo Quesada, Célio Nogueira da Gama, William Herzog y los propios organizadores, ofrece en su último capítulo —de Gordon Whiting— algunas sugerencias interesantes para diferenciar los resultados que arroja la investigación en esta región, comparados a aquellos encontrados en áreas "desarrolladas", a saber: 1) La gran importancia de las variables estructurales sociales en la determinación de la adopción; 2) la importancia de los lazos familiares y de parentesco en las decisiones agrícolas, movilidad geográfica y comportamiento social en general; y, 3) la centralidad del alfabetismo como una variable explicativa y predictiva en el proceso de modernización (Whiting, G.). Razones que —de acuerdo al autor— llevan a la necesidad de replantear el modelo norteamericano sobre el "proceso de difusión de innovaciones" que parte del supuesto de que el productor tiene relativa independencia de sus vecinos y de su entorno para tomar decisiones.

La obra en general fue, sin duda, importante para avivar la discusión académica y pensar las estrategias de intervención en el medio rural cuando aún parecía estar vigente el Estado de Bienestar y dentro de su línea sólo fue superada una década después cuando se editó el trabajo de José Marques de Melo (1978). El autor comenta, en la introducción, que su preocupación partió de reconocer que la importancia que asumía el fenómeno comunicacional en la sociedad de la época no estaba siendo acompañada por el esfuerzo académico de las universidades y los centros de investigación de su país (Brasil), en tanto causaba sorpresa observar el volumen de conocimiento que los investigadores norteamericanos tenían a partir de las investigaciones en su país y otros de la región. «Son hechos que sólo encuentran explicación en las contradicciones históricas que marcan la evolución de los países dependientes», reflexiona ante la paradoja.

El trabajo de Marques de Melo fue el resultado de una paciente investigación que, realizada en las principales bibliotecas de universidades y centros de consulta norteamericanos, permitió reunir 235 títulos entre artículos publicados y tesis de maestría y doctorado a disposición del público universitario.[4] Sobre el conjunto recopilado, el autor observa que, no obstante la variedad de las investigaciones efectuadas, existe una característica que «homogeneiza» claramente a la mayoría. Y es el hecho de que «se orientan de modo deliberado para el sector rural, evaluando la función de la comunicación de masas en el desarrollo de la agricultura y de la ganadería», con la principal finalidad de encontrar los «artificios de comunicación que pudiesen convencer a los agricultores para la adopción de ciertas innovaciones tecnológicas, como la mecanización, el uso de fertilizantes, la diversificación de las culturas, etc.».

En su primera parte, Marques de Melo ofrece una selección de textos publicados por revistas norteamericanas que destacan diversas investigaciones de campo vinculadas al papel de la comunicación en la difusión de tecnología y procesos modernizantes. Bostian, Fett, Herzog, Quesada, Whiting, Stanfield, Bluhm, Fliegel, Johnson, Sturm y Schneider —en su mayoría estadounidenses— son los autores que comparten la sección. En la segunda parte de la obra el eje del contenido pasa por la presentación de los documentos relevados. Estos aparecen sistematizados según correspondan a trabajos de tesis, artículos o monografías y por último informes de investigación u otros materiales generales. Para todos los casos, el criterio del autor fue seleccionar aquellos trabajos que se referían a Brasil en particular o a éste en relación con otros países para permitir algún tipo de comparación respecto de los resultados de las investigaciones presentadas.

La obra sin duda guarda la vigencia que todo trabajo sin nuevo relevo guarda, ya que no ha habido otro esfuerzo de sistematización con esas características. Por esa razón, entonces, sigue siendo un referente importante para el campo de estudio y quizás por mucho tiempo el único en su tipo.

La crítica comunicacional y el "repensar" extensionista

La década del 80 asume luego otras características respecto de la producción intelectual vinculada al área. El gradual, trabajoso y arduo proceso de reconquista del Estado de derecho en distintas naciones latinoamericanas[5] trajo aparejada la posibilidad de una mayor libertad de pensamiento y expresión y, por tanto, de una mayor crítica y autocrítica sobre el quehacer de las instituciones, los modelos de convivencia y desarrollo, y las condiciones sociales de las distintas regiones, grupos y segmentos sociales.

Sí la década del 50 fue teñida por la institucionalización de las intervenciones en el medio rural a través de un Estado fuerte, que posteriormente en los 60 recibió —no desinteresadamente— la ayuda de organismos y entidades internacionales suponiendo que la planificación y transformación no radical eran posibles; si la década del 70 mostró serios con-

flictos y luchas sociales que finalmente terminaron con taxativos procesos de intervención militar, éxodo de intelectuales, desapariciones y "mordazas" a los centros de estudios y organismos de proyección social; en los 80, entonces, lo que no pudo decirse antes comenzó a aflorar como una instancia crítica que trascendió lo político y se profundizó en el conjunto de las disciplinas sociales y humanas.

Pero en el campo de la "comunicación rural" obviar que existieron antecedentes críticos ya a finales de los años 60 y década del 70 sería imperdonable, aun cuando éstos no pudieron fluir y divulgarse normalmente a causa de los vaivenes por los que atravesaron las diversas naciones. En ese sentido, quizás el aporte más importante y que dio fundamento incluso a muchas de las críticas posteriores y buena parte del pensamiento revisor de los 80, es el trabajo que Paulo Freire (1973) dedicara a analizar el papel de la extensión rural como «inoculadora», más que liberadora de las conciencias campesinas. Su obra *Extensión o comunicación* fue, desde esa perspectiva, una especie de "palabra sagrada" que ofrecía un criterio crítico para separar en el universo de las acciones extensionistas a aquellas comprometidas con el hombre rural y su toma de conciencia sobre el mundo, de aquellas que estaban al servicio de la manipulación, el mantenimiento de la ignorancia y la dominación de los campesinos. Si en el análisis lingüístico Freire señalaba que el término *extensión*, en su «campo asociativo», tenía relación significativa con «transmisión, entrega, donación, mesianismo, mecanicismo, invasión cultural, manipulación, etc.», *comunicación*, en cambio, aparecía asociada a la «reciprocidad», la «coparticipación», el «diálogo» y básicamente a la «educación» como «práctica de la libertad». Así, su preocupación como educador y su ferviente postura humanista pretendía abrir un espacio crítico para que el "técnico" extensionista advirtiera el papel transformador que podía asumir su trabajo junto a las comunidades campesinas.[6]

La obra ciertamente avivó las llamas agitadas de los 70 y luego de su letargo forzado sirvió para reubicar en escena el problema multidimensional del cambio técnico, la transferencia de conocimiento y la labor extensionista. Algunos lectores apresurados confundieron el valor crítico ideológico de su obra y pensaron que en el campo hacían falta menos agrónomos y más comunicadores. Otros imaginaron que lo interdisciplinario limaría las aristas. Lo cierto es que Freire nunca pretendió atacar a determinada corporación de profesionales ni especialistas, sino destacar el valor de las actitudes y los compromisos personales con la educación y los saberes "transformadores" de las acuciantes realidades campesinas.

Específicamente lo multidimensional de su crítica, en cuanto a lo ideológico, lo gnoseológico, la intervención cultural y el problema del cambio social en las diversas realidades rurales del continente, sirvió para que un sinnúmero de líneas de discusión se abrieran y aprovecharan la filosofía de su pensamiento. Lo comunicacional encontró en su obra un ángulo para el análisis de lo dialógico en las relaciones interpersonales. Las metodologías de intervención extensionista, por su parte, encontraron material para revisar las estrategias de difusión y acercamiento. Los educadores reflexionaron sobre su práctica como ámbito de liberación de conciencias y los intelectuales, en general, sobre el valor del conocer y actuar como síntesis posible que, en su articulación, daba lugar a lo que luego trascendería como investigación-acción.

Otros autores y otras obras, con mayor o menor profundidad en las críticas, dieron cierta continuidad a esta línea de pensamiento cuestionadora. Así, por ejemplo, Díaz Bordenave orientó parte de su trabajo a rescatar el papel de la participación para la construcción de relaciones «verdaderamente democráticas». Analizó la evolución que la «comunicación rural» asumió en ciertos organismos de promoción del desarrollo como el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) e insistió para que el «diálogo», la «planificación» y la «educación» permearan siempre el

trabajo técnico vinculado a la transferencia de conocimientos en el medio rural.

De su extensa obra el título que mayor difusión tuvo, vinculado a este campo de interés, fue justamente *O que é comunicação rural* (1983), escrito en el que el autor consigue en pocas páginas ofrecer un recorte más o menos logrado de las relaciones que giran en torno a la "comunicación", lo "agrícola" y la "transferencia de tecnología" y el "desarrollo rural".

Para tranquilidad de muchos, Díaz Bordenave también ofrece una definición del concepto "comunicación rural"[7] y repasa algunos consejos útiles para pensar los medios y los mensajes en el propio campo, valiéndose para ello de su vasta experiencia como asesor de organismos e institutos agrícolas y de lo mucho que ya tenía escrito sobre los modelos comunicacionales, la difusión de tecnología y la codificación y descodificación de mensajes en espacios rurales.

Contemporáneo de Díaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán (1985) es otro intelectual que también deja su huella en el pensamiento crítico de la especialidad, particularmente para alertar sobre la incidencia del pensamiento "foráneo" en las propias reflexiones hechas desde el continente y el peso del "modelo difusionista". «Un supuesto básico del enfoque de difusión es que la comunicación por sí misma puede generar desarrollo, independientemente de las condiciones socioeconómicas y políticas», afirma el autor, y analiza luego los argumentos que descartan la falacia de la hipótesis para finalmente delinear una «nueva ciencia de la comunicación en Latinoamérica».

Por otra parte, Luiz Beltrão (1980) también hará un aporte importante desde un enfoque más antropológico, analizando y reflexionando sobre los habitantes rurales, los medios y mensajes que circulan en su cultura "tradicional". La obra *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados* es desde esa perspectiva un clásico para la consulta y un punto de referencia para pensar lo que queda al "margen" de la cultura occidental dominante.

En ese marco de compromisos críticos, no sólo las cuestiones temáticas serán centro de revisión, sino también aquellas vinculadas al propio acto de conocimiento y a la actitud de transformación del intelectual. En ese sentido, uno de los nombres que trascendió en la línea de lo que se denomina "investigación-acción" es João Bosco Pinto (1973) que, luego de su clásico *Extensión y educación: una disyuntiva crítica*, dedicó gran parte de su obra a precisar y operacionalizar la «pesquisa ação» como «un proyecto de práctica social y nunca como un libro de recetas» con el objetivo mayor de que esa práctica sirviera para la «toma de conciencia colectiva para una acción».

En esa misma línea, Carlos R. Brandão (1984) y Michel Thiollent (1985) conformaban junto a Bosco Pinto un tríptico para la lectura que no estuvo ausente de las aulas y los espacios de discusión en los cuales la comunicación y la extensión rural eran centro de análisis. Ello, por cuanto los escritos obligaban a pensar cada acción intervencionista a partir del juego de intereses de las fuerzas actuantes, de los respetos socioculturales de quienes eran sujetos convocados al cambio y de las metodologías y finalidades que los proyectos podían involucrar, además del nivel de compromiso y papel transformador que debía asumir el agente participante. ¿Qué puedo y debo hacer yo? era la pregunta inquisidora para quienes, como agentes intervinientes, tenían algún grado de responsabilidad en las transformaciones que se buscaban para las diversas realidades cuestionadas.

Y en esos términos, el papel de las universidades, particularmente en Brasil, fue clave para avanzar sobre las preguntas sin respuestas o sobre los problemas no resueltos. Desde sus posgrados, las Universidades Federal de Santa Maria, Viçosa y Rural de Pernambuco —las dos primeras con maestrías en extensión rural y la nordestina con comunicación rural— permitieron acrecentar y producir importantes trabajos, convirtiéndose sin duda en refe-

rentes y vanguardia del campo disciplinario en la región latinoamericana.

En ese sentido, el temprano desarrollo del posgrado en Brasil, con continuidad desde los 70, y una fuerte estrategia de consolidación del sistema científico y tecnológico —con grados menores que en Argentina, por ejemplo, de condicionamiento en el ámbito ideológico— abonó el escenario para que el campo intelectual se desenvolviera significativamente.

Así, en los 80, la tendencia a estudiar con enfoques y esquemas difusionistas fue apartándose para favorecer la búsqueda de problemas y respuestas locales, tratando de tomar distancia de la "americanofilia" que hasta entonces condicionaba —según Quesada (1980, 1989)— a los estudios de comunicación rural brasileña. Y ese autor, profesor e investigador de la Universidad Federal de Santa María, tomará entonces como uno de los temas centrales de su preocupación los mitos y falacias que reiteradamente envuelven la reflexión sobre las comunidades rurales y sus posibilidades de cambio por la vía técnica. Desde esa perspectiva, su libro *Comunicação e comunidade: mitos da mudança social* y el artículo "Comunicação rural na integração campo-cidade" serán los referentes de esa etapa. Por otra parte, su interés por los problemas derivados de las tendencias en la educación, la investigación, la formación extensionista y los desafíos del mundo "post-industrial" quedarán plasmados en sus últimos escritos y trabajos conjuntos con Vivien Diesel, Antonio Costabeber o quien esto escribe, entre otros.

En Viçosa, la restante universidad con posgrado en extensión rural en Brasil, los trabajos de Magela Braga y Fernandez de Araújo dieron continuidad a la tradición en estudios de difusión y adopción de innovaciones que caracterizó a la escuela, en particular para retratar las instancias del cambio técnico en la realidad rural de Minas Gerais.

La Universidad Federal Rural de Pernambuco, por su parte, encontró en Maria Salett Tauk dos Santos (1986a, 1986b) a su referente de mayor proyección, trabajando alternativamente las cuestiones ideológicas de los mensajes y discursos que se transfieren al mundo rural y el papel de la comunicación para los problemas de los "sin tierra" y los pequeños productores.

Desde otras universidades y cursos, a veces vinculados a la problemática desde la sociología, la antropología, la educación o el mismo desarrollo rural, otros trabajos también aportarán enfoques y radiografías útiles. Entre ellos, la obra de Maria Teresa Lousa da Fonseca (1985) será la que mayor notoriedad alcanzará. Particularmente para discutir el papel de las instituciones extensionistas y los valores y condiciones que resultaron ser el centro de sus políticas de difusión y transferencia, en plena etapa de consolidación de las relaciones capitalistas en el campo.

Todos estos aportes, entonces, en un marco donde las universidades son receptoras y formadoras de muchos de los "técnicos" y "conductores" de los organismos de transferencia y difusión de tecnología, sin duda colaboraron para que las agencias de intervención "repensaran" la *modernización agrícola* y la revolución verde de los 70.[8]

Pero en Brasil, ese repensar al que se hace referencia no fue sólo un guión para el ensayo académico o discursivo. De hecho, la entonces Empresa Brasileña de Asistencia Técnica y Extensión Rural (EMBRATER), particularmente de la mano de Romeu Padilha de Figueiredo (1985-88) como presidente, asumió un compromiso con la Nova República y le imprimió un carácter progresista a la gestión. Implicaba, en palabras de Padilha (1986), que:

> «El desempeño de [nuestras] funciones técnicas debe ser respaldado por un sentido político de actuación junto y al lado de los grupos sociales más pobres, los desheredados y los excluidos por la "modernización dolorosa". Esta es una tarea inalienable del nuevo Estado democrático brasileño».

Para avanzar en esa línea, un esfuerzo importante —mediante recursos obtenidos del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF)— permitió capacitar al personal (con Maestrías y Doctorados), expandir las actividades y "actualizar" las tecnologías y estrategias comunicacionales.[9]

Como documentos significativos para el hacer comunicativo, inclusive poco comunes en las instituciones de intervención rural, vale rescatar de esa época los documentos de EMBRATER (1987a, 1987b), que contextualizaban el sentido de existencia del organismo y su compromiso para con la sociedad, así como precisaban las posiciones técnicas, profesionales y políticas de quienes eran miembros de la institución, otorgándoles finalmente objetivos y mecanismos para su acción cotidiana.

Esa etapa, sin duda, fue muy rica en planteamientos, giros y contragiros y concreción de muchas experiencias alternativas en comunicación, a través de diversos proyectos que permitieron que extensionistas, comunicadores y sujetos rurales compartieran experiencias con vídeos, materiales educativos, procesos grupales y elaboración de propuestas para el Estado y las entidades de intervención y afiliación.[10]

En ese marco, extensionistas, investigadores y miembros de las empresas asociadas a EMBRATER (entidades estaduales —léase provinciales— dependientes de sus directrices) y otros organismos de investigación y transferencia como la Empresa Brasileña de Pesquisa Agropecuaria (EMBRAPA) o la Empresa Bahiana de Desarrollo Agrícola (EBDA), que actuaban en investigación o participaban en cursos de formación superior, dedicaron parte de su labor intelectual a apoyar ese proceso de cuestionamiento y reflexión. Diversos trabajos ligados a los nombres de Raúl Colvara Rosinha, Carlos Roberto de Albuquerque Lima, Antonio Carneiro do Rosario, Geraldo Lobato Franco, Laércio Nunes e Nunes, Wilson Schmitt y particularmente João Carlos Canuto y Miguel Angelo da Silveira (1988) multiplicaron el escenario en el que la comunicación y lo rural se entrelazaban y permitieron consolidar la disciplina.

En esa década, entidades como la Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), la Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural (SOBER) y el Projeto de Intercâmbio de Pesquisa Social em Agricultura (PIPSA), entre otras, también dieron espacio al campo de estudio que, quizás en 1988, tuvo su momento de mayor auge cuando INTERCOM convoca a su XI Congreso para discutir especialmente la temática. Así, como resultado de ello, se publicó posteriormente el libro que organizaron Geraldo Magela Braga y Margarida M. Krohling Kunsch (1993).

Pero si los 80 en Brasil fueron sinónimo de buen momento para la disciplina, no puede decirse lo mismo para el resto de los países de habla hispana del continente, al menos por lo que se puede juzgar de la literatura que trascendió las fronteras nacionales.

Lo rural, como tema y preocupación, fue gradualmente desplazado por otras problemáticas que la modernidad volvió más seductoras, como la popularización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y las tendencias a incorporarse al mundo global. La década de los años 90 heredó esos rasgos y permitió escribir nuevos capítulos.[11] Pero esa ya es otra historia.

Notas

1 Según Argumedo (1985) —con base en datos de la UNESCO—, algunas cifras son elocuentes para mostrar el "poder" que el país había logrado concentrar después de la segunda guerra: «Su ingreso nacional sumaba cerca del 50% del ingreso de las naciones capitalistas. Su participación en el comercio mundial era del 47%. Sus reservas de oro correspondían a cerca del 70% de las reservas mundiales. La productividad de su industria era varias veces más alta», además de que sus fuerzas militares y poderío atómico estaban disponibles para cualquier región del globo.

2 El INTA contaba como antecedente con otros organismos menores que se fusionaron con su creación (Instituto de Suelos, de Microbiología, etc.). A diferencia de otros países como Brasil, que contó con el apoyo de los EE.UU.

a través de la misión Rockefeller (Lousa 1985), el Estado argentino no precisó en un primer momento de ayuda externa significativa, por cuanto aún conservaba cierta capacidad de financiamiento derivada de la acumulación sostenida en el periodo de la guerra, a causa de los saldos favorables que obtuvo por la declinación de las importaciones (Ferrer, A. 1973), situación que, por otra parte y en términos de inversiones productivas hacia el agro, supuso profundas discusiones respecto del posible desaprovechamiento de esa instancia (Barsky y otros 1988). No obstante, el instituto también tomó la experiencia norteamericana de generación y transferencia tecnológica como modelo para instalar su propia infraestructura, sumándose así a lo que Oteiza (1992) plantea como una «imitación consciente o inconsciente» de la experiencia que asumió Europa como consecuencia de la aplicación del Plan Marshall.

3 Con la expresión *communication research* los académicos se refieren a los estudios que investigadores norteamericanos desarrollaron entre 1930 y 1960 en torno a la problemática de los efectos o consecuencias que generaban los medios de difusión en la sociedad, generalmente partiendo del supuesto de que estos efectos eran identificables y susceptibles de observar a corto plazo; esto es, como resultado de las relaciones de estímulo-respuesta que se establecían entre las audiencias y los medios y que, aunque mediatizadas por diversas variables, podían ser estudiadas a través de investigaciones empíricas. Al respecto puede consultarse Mauro Wolf (1987, 1994).

4 La investigación, realizada en 1973 con el patrocinio de organismos de financiamiento a la investigación (FAPESP), abarcó una «amplia gama de asuntos relativos a la comunicación en el Brasil». Comenta el autor que al avanzar en el relevamiento «más que la sensación de estar siendo observados de afuera, el sentimiento era el de percibir que la sociedad brasileña se resumía a un objeto pasivo, pues los investigadores o las instituciones que los financiaban no habían demostrado, a no ser con raras excepciones, el menor interés en compartir sus experiencias con los miembros de la comunidad académica nacional, para retribuir tan rico laboratorio». Los trabajos quedaban en los estantes de las bibliotecas o servían a «otros intereses» (refiriéndose por ejemplo a las corporaciones multinacionales), agregaba críticamente el investigador.

5 En particular de la mayoría de los países del Cono Sur, entre los que cabe citar a Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia y Perú.

6 «Si no fuera capaz de creer en los campesinos —afirma Freire en su última reflexión de la obra—, de unirse a ellos, será en su trabajo, en el mejor de los casos, un técnico frío. Probablemente, un tecnicista, o aun, un buen reformista. Nunca, un educador de y para las transformaciones radicales».

7 Definida como «conjunto de flujos de información, de diálogo y de influencia recíproca existentes entre los componentes del sector rural y entre ellos y los demás sectores de la nación afectados por el funcionamiento de la agricultura, o interesados en el mejoramiento de la vida rural».

8 La obra de Graziano da Silva (1982) en ese sentido fue referente obligado para analizar el proceso de modernización agrícola.

9 Aspecto estudiado particularmente en Cimadevilla (1990). Allí, además de analizar el contexto histórico del proceso, se comparan las políticas institucionales de EMBRATER e INTA respecto de la introducción de nuevas tecnologías de información en las estrategias y actividades extensionistas.

10 Existe una vasta y significativa cantidad de materiales, documentos, informes de experiencias comunicacionales y evaluación de proyectos que se encuentran mínimamente analizados en Cimadevilla 1990.

11 Un análisis con mayor detalle puede consultarse en Cimadevilla 2004.

Bibliografía citada

Argumedo, A. (1985). *América Latina. Los laberintos de la crisis*. Buenos Aires, Folios Ed./ILET.

Barsky, O. y otros (1988). *La agricultura pampeana*. Buenos Aires, FCE/IICA.

Beltrán, L. R. (1985). "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina" en Moragas, M. De *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona, Edit. Gustavo Gilli.

Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*. São Paulo, Cortez Editora.

Bosco Pinto, J. (1973). "Extensión y educación: una disyuntiva crítica" en *Desarrollo Rural en las Américas*, 4.

Brandão, C. (1984). *Repensando a pesquisa participante*. São Paulo, Edit. Brasiliense.

Canuto, J. y Da Silveira, Miguel Angelo (orgs.) (1988). *Estudos de Comunicação Rural*. São Paulo, Loyola-INTERCOM.

Cimadevilla, G. (1990). *A Modernização Tardia. Além do velho e do novo na extensão rural*. Dissertaçao de Mestrado. Santa Maria, Brasil, CPGER-UFSM.

Cimadevilla, G. (1997). "Relatos, informes y ensayos. Un recorrido por los estudios de comunicación rural" en Cimadevilla, G. y otros *La bocina que parla. Antecedentes y perspectivas de los estudios de comunicación rural*. Río Cuarto, INTA-UNRC.

Cimadevilla, G. (2004). "Extensión y Comunicación. Antecedentes, articulaciones y contrastes" en Cimadevilla, G. y Carniglia, E. *Comunicación, ruralidad y desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos del cambio*. Buenos Aires, Ediciones INTA.

Cimadevilla, G.; E. Carniglia y A. Cantú. (1997). *La bocina que parla. Antecedentes y perspectivas de los estudios de comunicación rural*. Río Cuarto, Edición conjunta INTA-UNRC.

Da Silva, J. Graziano. (1982). *A modernização dolorosa: estrutura agrária, fronteira agrícola e trabalhadores rurais no Brasil*, Rio de Janeiro, Zahar Editores.

Díaz Bordenave, J. (1983). *O que é comunicação rural*. São Paulo, Edit. Brasiliense.

EMBRATER (1987a). *Política e diretrizes de formação extensionista*. Brasilia, D. F.

EMBRATER (1987b). *A Comunicação na Extensão Rural: Fundamentação e Diretrizes Operacionais*. Brasilia, D. F.

Freire, P. (1973). *¿Extensión o comunicación?* Buenos Aires, Siglo XXI/Tierra Nueva.

Hunt, E. y Sherman, H. (1985). *História do pensamento econômico*. Petrópolis, Vozes.

Lousa da Fonseca, M. T. (1985). *A extensão rural. Um projeto educativo para o capital*. São Paulo, Ed. Loyola.

Magela Braga, G. y Margarida M. Krohling Kunsch (1993). *Comunicação Rural: discurso e prática*. Viçosa, Universidad Federal de Viçosa.

Marques de Melo, J. (1978). *Comunicação, Modernização e Difusão de inovações no Brasil*. Petrópolis, Ed. Vozes.

Padilha de Figueiredo Romeu (1986)."Os desafios da extensão rural brasileira: anseios democráticos numa economia rica e dubdesenvolvida" en *Informe Final del I Seminario de Extensão Rural*. Brasília, FAO/EMBRATER.

Quesada, G. (1980). *Comunicação e Comunidade: mitos da mudança social*. São Paulo, Editorial Loyola.

Quesada, G. (1989). *"Comunicação rural na integração campo-cidade"* en Marques de Melo, J. (org.) *Comunicação na América Latina. Desenvolvimento e crise*. Campinas, Papirus.

Rogers, E. (1962). *Diffusion of innovations*. New York, The Free Press.

Tauk Santos, M. S. (1986a). "A ideologia da modernização e o rádio rural" en Revista *INTERCOM*, 55.

Tauk Santos, M. S. (1986b). "Comunicação e educação no mundo rural: uma experiencia libertadora com pequenos agricultores"en Krohling Kunsch, M. (org.) *Caminhos cruzados*. São Paulo, Editorial Loyola.

Whiting, G. y Guimarães, L. (1969). *Comunicação das novas idéias. Pesquisas Aplicáveis ao Brasil*. Rio de Janeiro, Ed. Finançeiras.

Cimadevilla, Gustavo (1977). "Relatos, informes y ensayos: un recorrido por los estudios de comunicación rural" en Cimadevilla, G.; Carniglia, E. y Cantú, A. *La bocina que parla. Antecedentes y perspectivas de los estudios de comunicación rural*. Río Cuarto, Argentina, INTA-UNRC. Reproducción autorizada por el autor.

La comunicación revisada

Extracto de *La comunicación al ritmo del péndulo: medio siglo en busca del desarrollo*

Carlos Eduardo Cortés S.

El sentido original de la palabra comunicación puede rastrearse en sus raíces latinas: *communis* (común) es raíz de *communicare* (sinónimo de comulgar, con el significado de participar en común, poner en relación) y de sus derivados *communio-onis* (comunión) y *communicatio-onis* (comunicación).

Communicare, con su sentido de hacer común, compartir, tener acceso y participar, ingresó en la Vulgata, la primera versión latina de la Biblia, en el siglo IV, traducida por San Jerónimo. Y es con este mismo significado que el vocablo *comunicación* apareció en lenguas modernas como el francés, el español y el inglés, desde mediados del siglo XIV, aún con acepciones antiguas (a partir del siglo IX) que comprenden incluso la unión de los cuerpos. «Hasta el siglo XVI, los términos 'comunicar' y 'comunicación' están, pues, muy próximos a "comulgar" y "comunión", términos más antiguos (siglos X-XII) pero procedentes también de *communicare*. [...] en el siglo XVI aparece (en francés) el sentido de "practicar" una noticia. Desde entonces hasta fines del siglo, "comunicar" comienza a significar también "transmitir" (una enfermedad, por ejemplo)» (Winkin 1982).

En su *Coloquio de los perros*, Miguel de Cervantes, en 1613, decía que «el andar tierras y comunicar con diversas gentes hace a los hombres discretos». Y, en ese mismo siglo XVII, la comunicación ingresó al vocabulario científico, tanto en su acepción de *transmitir* («el imán comunica su virtud al hierro», 1690), como en nuevos significados ligados al desarrollo de las técnicas, el comercio, la construcción de caminos y canales («para comunicar la navegación de los ríos entre sí», 1699), y la racionalización del trabajo (Winkin, Mattelart 1995).

En el transcurso de los siglos XVII y XVIII (cuando no existían todavía "los medios masivos de comunicación"), las primeras formulaciones sobre el control del movimiento (por ejemplo, de los ejércitos) y la estructuración de un espacio nacional mercantil, a través del establecimiento de un sistema de "vías de comunicación" (Mattelart), cambiaron radicalmente el sentido original del *communicare*. Así, *participar* y *compartir* pasaron a un segundo plano, pues este significado primero de la comunicación cedió su lugar a la idea de *transmisión y medios* que predomina en todas las acepciones contemporáneas. A partir del siglo XVIII, esta noción fue adquiriendo las funciones de garantizar la continuidad entre producción y consumo, entre trabajo y espectáculo, y de contribuir a la gestión técnica de la opinión (encuestas, sondeos y opinión pública).

En 1948, al mismo tiempo que los físicos John Bardeen, William Shockley y Walter Brattain crearon el primer transistor en Bell Telephone Laboratories, Norbert Wiener publicó *Cybernetics, or Control and Communication in the Animal and the Machine*, en los Estados Unidos; mientras Theodor Adorno y Max Horkheimer desarrollaron el concepto de Industria cultural en Alemania. Un año más tarde, cuando el presidente Harry Truman, en su Discurso sobre el Estado de la Unión, usó los términos desarrollo y subdesarrollo por primera vez, el ingeniero de teléfonos Claude Shannon, ex alumno de Wiener y empleado de Bell Telephone, publicó *The Mathematical Theory of Communication*, con su colega Warren Weaver.

A partir de entonces, en el campo de la comunicación abundaron los modelos y paradigmas que la definieron como un proceso de transmisión y la redujeron a un modelo telegráfico, salido de la física matemática, que sólo refleja el funcionamiento de los medios tecnológicos. Ha sido tan duradera esta deformación que, hoy todavía, la mayoría de las definiciones de comunicación hablan de emisores, mensajes, canales, receptores y retroalimentación, supeditados al funcionamiento técnico de los llamados "medios de comunicación social", cuya aparición reciente se ha magnificado con el desarrollo incesante de las tecnologías de punta en telemática.

De hecho, la teoría de la modernización económica y social —introducida por el desarrollismo— atribuyó a la expansión de los medios masivos, en una sociedad tradicional, la capacidad de introducir características comunes a las sociedades modernas. Así, entre las décadas del 50 y del 60, investigadores del Massachusetts Institute of Technology (MIT) y la universidad de Stanford, como Daniel Lerner, Lucien Pye, Wilbur Schramm y Everett Rogers, generaron un profundo optimismo sobre el papel que la comunicación desempeñaría en un proceso de desarrollo. La planificación del crecimiento económico y los modelos de comunicación para el desarrollo se aplicaron extensamente a través de programas estatales y la profesionalización de los periodistas surgió, en consecuencia, como un requisito del desarrollo latinoamericano.

En ese contexto, la UNESCO inició, en 1955, la creación de centros regionales para el desarrollo del periodismo y prestó su apoyo al gobierno ecuatoriano para fundar el *Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina* (CIESPAL), que se verificó en octubre de 1959 (en los años 1970, la institución cambiaría su denominación del *periodismo* a la *comunicación*). Dicho Centro se propuso, desde su creación, disminuir la presencia de periodistas empíricos y vincularlos con el conocimiento académico; para ello, realizó cientos de cursos e intentó remodelar la enseñanza universitaria de la especialidad al proponer un modelo curricular para todas las escuelas latinoamericanas de periodismo, cuyos contenidos provenían en su mayoría de los expertos norteamericanos y europeos de la UNESCO. Así respondía a las expectativas del desarrollismo, con una apropiación muy notable de los modelos foráneos (Cortés 1995).

Mientras los autores estadounidenses reforzaban la comprensión desarrollista centrada en el crecimiento económico y basada en la producción y el consumo, un grupo heterogéneo de investigadores comenzaba a preocuparse, en América Latina, por las consecuencias sociales de la aplicación de estos modelos: Paulo Freire, João Bosco Pinto, Antonio Pasquali, Juan Díaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán y Mario Kaplún, entre otros, dieron un giro a su propia formación académica, cuestionaron los presupuestos ingenuos con los que habían comenzado a trabajar en los años 1950, y generaron propuestas originales que influirían toda la historia posterior de los estudios de comunicación, no sólo en América Latina sino en el resto del mundo. Gracias a ellos, el *communicare* original recuperó toda su vigencia.

Su comprensión alcanzó un prestigio suficiente para influir en los foros de discusión de algunos organismos internacionales como la UNESCO —que habían comenzado a desmantelar el paradigma dominante desde fines de los 1970— y para dar lugar a un fructífero pensamiento crítico generador de dos corrientes de investigación situadas, una, en la visión macrosocial, donde el modelo de "comunicación y desarrollo" dio paso a las Políticas Nacionales de Comunicación, y otra, en la visión microsocial, a medida que el modelo difusionista fue siendo sustituido por las teorías y prácticas de comunicación alternativa, que aportaban un modelo autogestionario y participativo (Fuentes 1992, Bello y otros 1988).

A su vez, la reflexión crítica europea y latinoamericana favoreció el que las ideas iniciales de algunos maestros de la comunicación para el desarrollo se modificaran al reconocerse la desactualización del

paradigma dominante. Everett Rogers (1976) lo explicaba con estas palabras: «el rol de la comunicación de masas en la facilitación del desarrollo ha sido más a menudo indirecto y de apoyo, en vez de ser directo y fundamental». Un poco más tarde, otros pensadores norteamericanos darían la razón a diversos planteamientos originados en América Latina. Tal es el caso de Emile McAnany (1980), quien admitiría que: «Necesitamos considerar la comunicación no como una simple variable independiente, sino como una variable, a la vez dependiente e independiente, en un complejo marco de relaciones con estructuras y procesos sociales, económicos y políticos», aunque le faltó considerar un asunto central de la investigación en comunicación a partir de los años 70: la cuestión cultural y su relación con los procesos comunicacionales.

Precisamente, a mediados de la década de 1980, la UNESCO vivió su mayor crisis institucional a raíz de los debates originados por la aparición del Informe MacBride (*Un solo mundo, voces múltiples*) y la propuesta de un *Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación* (NOMIC), que incluía la defensa de los derechos de información y expresión; y, la búsqueda de equilibrio en el flujo de datos transfrontera, la industria microelectrónica y sus relaciones con las industrias culturales.

Por su parte, en 1985, la *Academy for Educational Development* (AED) hizo una evaluación con un título muy significativo: *Más allá del rotafolios: tres décadas de comunicación para el desarrollo*. Y uno de sus argumentos principales identificó el sesgo que atraviesa una significativa cantidad de proyectos de este tipo: «Por lo general, los comunicadores agrupan sus actividades en torno de su medio preferido… Los estrategas de la comunicación […] comienzan con una pregunta típica: "¿qué puedo hacer con la radio?" "¿Cómo puedo usar la televisión para divulgar mi mensaje?"». La consecuencia del sesgo era un enfoque comunicacional fraccionario, consistente en promociones por los medios de comunicación, programas de capacitación y eventos colectivos que «parecen tener éxito en la superficie pero que no producen un cambio sostenido en las prácticas [sociales]» (Van Crowder 1990, Rasmuson y otros 1988).

La comunicación mercadeada

La importante detección del sesgo y la fragmentación, sumada a los bajos resultados del desarrollismo comunicacional, favoreció el que numerosas instituciones de apoyo al desarrollo —en especial en el campo de la salud y la nutrición— intentasen aprovechar los resultados positivos en la ejecución de estrategias de mercadeo comercial y político para traducirlos al área educativa. Desde 1969, Philip Kotler y sus colegas habían comenzado a publicar, en Estados Unidos, ideas sobre cómo aplicar principios del mercadeo a empresas no comerciales. En esos años comenzó a hablarse de mercadeo estratégico, mercadeo ampliado, comunicación mercadotécnica y mercadeo de causas sociales, entre otros conceptos que dieron lugar a lo que hoy se conoce como *mercadeo social*, probablemente la estrategia comunicacional más coherente con el reflujo neoliberal de la década de los 1980, puesto que incorporó los criterios comerciales del mercado y los éxitos conseguidos por las agencias publicitarias en Estados Unidos.

De alguna manera, el mercadeo social vino a cristalizar las esperanzas del geógrafo alemán Friedrich Ratzel, quien describió el fenómeno de la comunicación, en 1897, con un término polisémico: *Verkehr*, que podía significar al mismo tiempo "comercio", "relaciones", "movimiento", "circulación" o "movilidad", prefigurando la actual corriente de convivencia entre el mercado, las infraestructuras de información y el poder económico y político, en un contexto de globalización (Mattelart).

El mercadeo social tiene su fuente más remota en la necesidad industrial de averiguar cómo piensa y se comporta el cliente, y qué factores lo motivan, para

convencerlo de comprar más. Obtuvo su impulso con el desarrollo de la industria masiva, la aparición de los supermercados, los medios electrónicos y la publicidad, gracias a la base teórica de la psicología de la conducta (percepción visual, teorías del condicionamiento, el aprendizaje y el comportamiento del funcionamiento práctico). Esta estrategia supone que la persona aprende y usa productos por repetición de actos, percepción de necesidades, asimilación de arquetipos, búsqueda de autoafirmación, imitación y deseos de pertenencia, y seguridad. A partir de la publicidad, se ha aplicado en educación escolar, trabajo fabril, antropología, difusión colectiva y proyectos macro de desarrollo (Pareja 1988).

La mercadotecnia anglosajona se caracteriza por su pragmatismo en la búsqueda de resultados de corto plazo, tal como suele funcionar la logística de la publicidad comercial y política: inversiones altas para elaborar mensajes dirigidos a grupos sociales amplios, pero segmentados, en horarios de gran audiencia y en periodos relativamente largos de tiempo. Por ejemplo, las estrategias de mercadeo basadas en etapas de campañas (*expectativa, lanzamiento y sostenimiento*) con altos costos de inversión publicitaria que, por fuerza, se traspasan al precio final de los bienes o servicios ofrecidos, pero se ejecutan con cuidadosos y planificados procedimientos.

El mercadeo social, por su parte, «no difiere esencialmente del mercadeo comercial; se basa en las mismas técnicas analíticas (investigación de mercados, desarrollo de productos, precios, acceso, promoción y publicidad) […] puede entrañar tanto la venta de un producto básico como la "venta" de una idea o práctica», por lo cual suele definirse como «el diseño, ejecución y control de programas que aspiran a aumentar la aceptación de una idea o práctica social en un grupo objetivo» (Rasmuson y otros).

Debido a esas características, el mercadeo social «depende de una orientación fundamental en el consumidor», a quien concibe como «el centro de un proceso que incluye cuatro variables: producto, precio, lugar y promoción»; de manera que «un buen programa se organiza en torno a un análisis cuidadoso de cada variable y una estrategia que considera su interacción». En particular, la promoción «requiere más que una simple publicidad. Exige una amplia educación del consumidor para asegurar un uso apropiado de los productos […] principios de diseño instruccional para enseñar complejas actitudes al consumidor».

Así, al introducir componentes educativos, el mercadeo social opera como marco para seleccionar y segmentar al consumidor, y para promover los productos o servicios, pero se complementa, en teoría, con un análisis del comportamiento —que selecciona herramientas para investigar las prácticas actuales, definir y enseñar prácticas nuevas y motivar el cambio— y con métodos antropológicos que revelan percepciones y valores en los que se basan las prácticas existentes, que pueden ayudar a introducir prácticas nuevas.

En síntesis, se trata de una visión compleja de una estrategia de comunicación para el desarrollo, cuya finalidad es ejecutar programas de largo plazo para producir cambios de comportamiento específicos y sostenidos en grandes poblaciones, mediante etapas de planificación, intervención, vigilancia y evaluación, cuya fundamentación debe ser muy fuerte, pues se tiene muy claro que:

- Los productos sociales son, a menudo, más complejos de utilizar, y más controvertidos, que los comerciales.
- Sus beneficios suelen ser menos inmediatos.
- Sus canales de distribución son más difíciles de utilizar y controlar.
- Su mercado es difícil de analizar.
- Sus destinatarios, a menudo, tienen recursos muy limitados.
- Su medida de "venta" o adopción es más estricta que para los productos comerciales (Rasmuson y otros).

El imperio de las campañas

El mercadeo social que se introdujo en América Latina resultó, por lo general, una burda versión, carente de rigor y de capacidad técnica y financiera para emular los resultados comerciales y políticos de la mercadotecnia, debido a que, entre otras razones, la fase de campaña de medios se autonomizó e instrumentalizó en exceso, abandonando por completo la exigente lógica del *marketing* comercial. Sus flacos resultados se manifestaron como un síntoma que advertía la permanencia inmutable de una generalizada dolencia en el campo de la planificación de la comunicación para el desarrollo: exceso de fe en el uso exclusivo de medios, con supuestos fines educativos.

Desde los tiempos del desarrollismo, lo comunicacional tendió a concebirse, con demasiada frecuencia, como un componente posterior de los procesos educativos, como una solución en busca de problemas, que produjo un intenso trabajo de comunicación, pero bajo los pobres modelos telegráficos y de espaldas a un conocimiento comunicacional del contexto, que sólo puede obtenerse mediante procedimientos de planificación que incluyan etapas de diagnóstico.

Este problema se hizo mucho más visible con el auge de las campañas "educativas" del mercadeo social criollo, promovidas por ministerios y organismos no gubernamentales, en las cuales los medios privilegiados casi siempre fueron los masivos, y los objetivos solían ser dictados por planes de solución de problemas detectados por niveles institucionales, sin un mayor conocimiento de la realidad comunicacional en el campo. Las campañas se concibieron, bajo una lectura parcial del mercadeo social, como procesos únicos y concentrados de información y persuasión dirigidos en forma deliberada a lograr que determinado segmento de una población adoptase ciertas ideas, productos o comportamientos que los organizadores consideraban deseables.

Sin embargo, la naturaleza misma de las campañas, concebidas así, les impuso trabajar en la solución de problemas específicos, a fin de mostrar resultados concretos en el corto plazo. Pero lo cierto es que no existen "problemas específicos" que puedan aislarse de su contexto. Y en el campo de la comunicación esto se convierte en un límite real: la mayoría de los problemas sociales que una estrategia de comunicación intenta solucionar no son problemas comunicacionales.

Es decir, la comunicación puede entrar a apoyar efectivamente procesos educativos, siempre y cuando no pretenda solucionar problemas que la desbordan. Por ejemplo: la desnutrición infantil fue combatida, durante muchos años, con campañas que atribuían la raíz del problema a falta de información dietética de las madres y a consecuentes hábitos alimenticios errados. Sin embargo, madres bien informadas no pudieron nunca resolver con sus conocimientos otros problemas como los precios altos, los salarios bajos, el desempleo y la desintegración familiar; es decir, algunas de las caras del subdesarrollo, imposibles de ser combatidas sólo con campañas (Díaz Bordenave 1992).

Por otro lado, la propia capacidad del mercadeo social criollo para transformar actitudes y comportamientos, en la práctica se ha mostrado siempre limitada: una vez que ha pasado su presencia, las personas tienden a no considerar más la información recibida. Esta debilidad podría atribuirse a dos factores principales: en primer lugar, a las características sesgadas de elaboración de la campaña, distanciadas de los requerimientos técnicos y financieros propios de la mercado-lógica; en segundo, al desconocimiento de los destinatarios y los contextos en que se desarrollan estos procesos de comunicación.[1]

Un número nada despreciable de campañas que se consideran *educativas*, porque usan este adjetivo aunque no reflexionen sobre sus exigencias, tienden a basarse apenas en el valor atribuido a la información canalizada en los mensajes. Tras ese uso parcial se esconde el modelo telegráfico con

su inexplicable poder de extenderse y permanecer: numerosos responsables de programas de comunicación y educación parecen creer que la consecuencia educativa de un mensaje se debe directamente a su repetición por uno o más medios, de manera que, en el espacio de la planificación comunicacional, se mantiene la notable pretensión de que basta contar con los medios de difusión y, entonces, el contexto se hace innecesario como consideración.

Por otro lado, sin entrar a cuestionar los principios teóricos conductistas que están por debajo del diseño instruccional y el mercadeo social, es un hecho que el debilitamiento del Estado-nación bajo el neoliberalismo ha socavado por completo la posibilidad de que los alcances locales y los bajos recursos con que suelen trabajar los proyectos de apoyo al desarrollo —en especial los ministeriales— puedan acercarse, siquiera, a cumplir satisfactoriamente los requerimientos de un programa de comunicación enmarcado en la exigente lógica del mercadeo social.

En consecuencia, a partir del punto de no retorno, la precariedad conceptual y de recursos será el sello permanente de muchos espacios gubernamentales y no gubernamentales dedicados a proyectos de desarrollo con componentes comunicacionales. Y sus limitaciones para obtener resultados positivos quedan plasmadas en un diagnóstico de la experiencia recogida durante más de diez años en el esfuerzo de capacitación de comunicadores y en el análisis de lo que se viene haciendo desde los medios y desde las instituciones que trabajan en *comunicación para la salud:*

1. Existen muy pocos especialistas en comunicación para la salud en los países latinoamericanos, tanto en las instituciones educativas (sobre todo universidades) como en los organismos públicos y privados, y en los medios de difusión colectiva.
2. La inmensa mayoría de quienes se dedican a esa labor no han sido preparados para esta tarea. Haciendo un paralelo con la comunicación rural, en general los extensionistas y los ingenieros agrónomos asumen un papel para el cual se capacitan en la práctica o através de algunos cursos esporádicos.
3. Es muy escasa la presencia de médicos comprometidos con los programas de comunicación para la salud, que suelen estar a cargo de gente con menor formación o bien de personas venidas de otras profesiones (relaciones públicas, enfermería, trabajo social).
4. La falta de capacitación se evidencia en el generalizado desconocimiento de los siguientes aspectos:
   - Lo que significa la complejidad de un proceso de comunicación, con sus actores sociales, los contenidos puestos en juego, la responsabilidad de las instituciones por lo que comunican y todo lo relativo a medios y tratamiento de discursos.
   - El modo en que los sectores de la población (en especial los mayoritarios, a los cuales se dirige buena parte de los programas de comunicación en salud) viven y perciben lo atinente a la salud y la enfermedad.
   - Lo que se debe ofrecer, tomando en consideración la vida cotidiana de los destinatarios de materiales y acciones comunicacionales y, sobre todo, el tratamiento del discurso para lograr un acercamiento a los otros.
   - Los formatos más adecuados y las posibilidades generales de los distintos medios de comunicación.
   - Lo que realmente se está diciendo a través de determinado material, con base en recursos de interpretación y lectura crítica de la propia producción.
   - Los sistemas de validación de materiales, a fin de probarlos antes de su difusión masiva.
   - Los recursos de evaluación y seguimiento de programas de comunicación en salud.
   - Generalizado desconocimiento, en fin, de la planificación de la comunicación en

salud, debido sobre todo a la tendencia a confundir comunicación con campañas o con la producción y distribución esporádica de materiales (Prieto 1994).

Este último aspecto reviste un riesgo significativo porque, al observar la relación costo/beneficio de numerosas experiencias centradas en la producción de campañas educativas en medios masivos, sorprenden las débiles consecuencias sociales que muestran en el mediano y largo plazos, a pesar de haberse invertido recursos y trabajo desmedidos, si se comparan con sus flacos resultados.

Notas

1 Sin que tenga valor demostrativo, los resultados de un caso de campaña pueden ilustrar esta debilidad: durante la primera campaña de prevención contra el cólera, llevada a cabo en Perú a partir de febrero de 1991, se pudo constatar, mediante los resultados de su seguimiento, que si bien al comienzo el 85% de las familias peruanas tomó las medidas sugeridas por los mensajes, seis meses después apenas un reducido 5% continuaba siguiéndolas.

Bibliografía citada

Bello, Gilberto y otros (1988). "Concepciones de la comunicación y crisis teóricas en América Latina" en *Diálogos de la Comunicación*, 20.

Cortés, Carlos Eduardo (1995). "El campo comunicacional en América Latina. Contexto y desafíos de los estudios de comunicación social". Mimeografía. Quito, Servicio Conjunto de Comunicación.

Díaz Bordenave, Juan (1992). "La campaña como intervención social" en *Chasqui*, 41. Quito, CIESPAL.

Fuentes, Raúl (1992). *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. México D. F., CONEICC/ FELAFACS.

Mattelart, Armand (1995). *La invención de la comunicación*. México, Siglo XXI.

McAnany, Emile (1980). *Communications in the Rural Third World*. Nueva York, Praeger Publishers.

Pareja, Reinaldo (1988). "El mercadeo social y la percepción de mensajes. Perspectiva histórica y metodológica". Ponencia presentada en el Seminario Internacional de Percepción de Mensajes. Quito, CIESPAL.

Prieto Castillo, Daniel (1994). "Lineamientos para una especialización en comunicación para la salud". Quito, OPS/ UNESCO.

Rasmuson, Mari R. y otros (1988). *Comunicación para la salud del niño*. Washington D. C., AID / HEALTH COM Project / U. Pennsilvania / AID.

Rogers, Everett (1976). "Communication and Development: The Passing of the Dominant Paradigm" en Rogers, E. (ed.) *Communication and Development: Critical Perspectives*. Beverly Hills, Sage Publications.

Van Crowder, L. (1990). "Is there a communication media bias in development projects?". Presentado en Agricultural Communicators in Education Conference. St. Paul, Minnesota.

Winkin, Yves (1982). "El telégrafo y la orquesta" en Winkin, Yves (ed.) *La nueva comunicación*. Barcelona, Kairós.

Cortés S., Carlos Eduardo (1997). "La comunicación al ritmo del péndulo: medio siglo en busca del desarrollo". Documento mimeografiado. Reproducción autorizada por el autor.

Comunicación de apoyo al desarrollo: ¿un agente de cambio en apoyo a la participación popular o un doble agente de la decepción?

Stefan Sonderling

El desarrollo y la salvación

Un grupo de profesionales y académicos del desarrollo (Agunga 1990, 1996; Ascroft y Agunga 1994; Ascroft y Masilela 1994), que alegan haber encontrado el eslabón perdido en la solución a los problemas de desarrollo de las naciones de África y otros países del Tercer Mundo (o del Sur), ofrecen la salvación.

La corriente del desarrollo ha serpenteado a lo largo de las décadas posteriores a la guerra, felizmente inconsciente de que su salvación radica en la organización de las fuerzas de la comunicación a una escala mucho más sistematizada y compleja que la que se había previsto hasta ahora (Ascroft y Masilela).

Agunga (1996) declara que «parece que la comunicación es el eslabón perdido» en la solución al desarrollo de África. Esto, porque todos los demás ingredientes —los organismos donantes, la financiación abundante y los expertos técnicos— ya están instalados. Parece que el único obstáculo en el camino a la salvación y el desarrollo es la falta de participación popular en las iniciativas de desarrollo propuestas para la población, pero esto, sostienen los expertos, podría obtenerse mejorando la comunicación. Según Agunga (1990), «lograr la participación popular es una actividad de comunicación que exige la presencia de expertos en comunicación de apoyo al desarrollo (CAD) con las habilidades de comunicación y pericia en el trato con las personas necesarias para superar los obstáculos que impiden una interacción útil entre los benefactores y los beneficiarios». En otras palabras, simplemente con mejorar las destrezas comunicativas de los agentes del desarrollo y de la población en desarrollo habrá un mejor entendimiento y, naturalmente, esto conducirá a la participación popular. La seguridad de que la comunicación de apoyo al desarrollo ofrece una solución nueva y "enteramente inclusiva" para el desarrollo viene ganando cada vez más terreno en África (Burton 1994).

Este artículo cuestiona la capacidad de la comunicación de apoyo al desarrollo de lograr la participación popular y sugiere que más bien apoya a la poderosa industria del desarrollo en su intento de manipular y obtener la aquiescencia de la población. Aquí se afirma que la postura teórica de que tal comunicación es ingenua y presenta erróneamente los procesos complejos del desarrollo y la comunicación. Mejor y más comunicación no conduciría a la participación popular, porque el fracaso del desarrollo y la falta de participación popular no se deben a una falta de comunicación o entendimiento entre los agentes del desarrollo y la población en desarrollo. Por el contrario, el desarrollo internacional es un conflicto de dominación y resistencia en el que unos y otros se entienden perfectamente bien. Lo que se necesita para lograr el desarrollo participativo popular es un entendimiento radicalmente diferente del desarrollo y la comunicación.

La comunicación para el desarrollo y la comunicación de apoyo al desarrollo

La idea de que la comunicación es un elemento importante y necesario para inducir el desarrollo

económico y la modernización sociocultural no es nueva. Desde el lanzamiento del Programa Punto Cuarto de Estados Unidos en 1949, los científicos sociales y los encargados de formular políticas han considerado que la comunicación es una fuerza motriz del cambio social.

Asumiendo que «fue la presión de las comunicaciones lo que dio lugar a la caída de las sociedades tradicionales» (Pye 1963), los científicos sociales y los profesionales del desarrollo resaltaron el papel de los medios de masas en el desarrollo (Schramm 1964). Sin embargo, aunque el papel de esos medios y sus efectos en el desarrollo eran la preocupación principal de la mayoría de los académicos y profesionales del desarrollo, la función de la comunicación interpersonal cara a cara se consideraba de importancia secundaria pero no fue descartada.

La idea de la comunicación de apoyo al desarrollo es mucho más antigua que el proyecto de modernización conocido como el desarrollo de las regiones subdesarrolladas del Tercer Mundo. Los agentes de cambio, conocidos como funcionarios coloniales, misioneros, educadores y hombres de negocios que operaban en situaciones interculturales, buscaban activamente «reorganizar la forma de vida de otro pueblo en función de algún esquema ideológico de salvación personal o colectiva» (Goodenough 1970). Se consideraba que la comunicación era un medio para llevar a cabo tal cambio social.

La idea de la comunicación de apoyo al desarrollo ya existía en los inicios de los programas estadounidenses para desarrollar al Tercer Mundo subdesarrollado. Se daba por sentado que esa comunicación era la función de los "técnicos del Punto Cuarto" enviados en misiones de desarrollo. El primer programa de capacitación en comunicación intercultural fue elaborado por el antropólogo Edward T. Hall para el Instituto de Servicio Exterior de Estados Unidos en 1952 (Hall 1965). Siguieron otros programas institucionales y universitarios. En su mayoría estaban diseñados para dar a los agentes de cambio los medios para superar la resistencia al desarrollo que encontraban en gran parte del Tercer Mundo subdesarrollado y que se atribuía a un problema de comportamiento humano, similar a la resistencia que un paciente psiquiátrico opone a la terapia. Por lo tanto, gran parte de la capacitación de los agentes de cambio se basaba en una combinación interdisciplinaria de elementos de antropología, economía, psicología, psiquiatría, sociología y otras profesiones de orientación clínica (Goodenough). Estos primeros esfuerzos de manipulación y persuasión se formalizaron posteriormente en la disciplina de comunicación intercultural, mientras que la comunicación para el desarrollo se convirtió en un área de estudio de las ciencias sociales.

Mientras la mayoría de científicos sociales que trabajaban en la comunicación para el desarrollo estaban interesados principalmente en la función de los medios de masas en el fomento del desarrollo, un planteamiento teórico que centraba más atención en los diferentes papeles de la comunicación interpersonal y los medios de masas surgió en la sociología rural estadounidense. Elaborado por Everett M. Rogers como la teoría de la difusión de innovaciones, posteriormente se extendió al mundo subdesarrollado. El linaje intelectual de los propulsores de la comunicación de apoyo al desarrollo nace de este proyecto específico.

La comunicación de apoyo al desarrollo (c a d): investigación aplicada y herramienta de control burocrático del desarrollo

Según Ascroft y Masilela, el fracaso de los intentos del desarrollo de mejorar el nivel de vida de los más pobres en el Tercer Mundo llevó a Robert McNamara, ex presidente del Banco Mundial (y ex Secretario de Defensa de Estados Unidos), a anunciar un nuevo rumbo para las iniciativas de desarrollo en 1973. La nueva dirección, cuyo objetivo eran las zonas rurales, radicaba en incluir la participación de la población pobre en el proceso de toma de decisiones y en la implementación de los programas de desarrollo. Sin embargo, dos décadas después, la participación de la población no se había materializado debido a «una conspiración intrincada» entre la academia y los iniciadores del desarrollo internacional (Ascroft y Masilela). Las teorías del desarrollo resultaron ineficaces y las teorías críticas alternativas de los académicos latinoamericanos no impresionaron al paradigma dominante. En respuesta a la crisis, la propia "industria del desarrollo" planteó un concepto alternativo apropiado de comunicación de apoyo al desarrollo. Se sostiene que la frase "comunicación de apoyo al desarrollo" fue acuñada prácticamente "de la nada" por Erskine Childers, un funcionario profesional de información que trabajaba para el Programa de Desarrollo de la ONU en Tailandia en la década de 1960. Pronto, la idea fue acogida por los organismos multilaterales de desarrollo y los programas de capacitación para profesionales en la materia empezaron en la Universidad de Iowa y otras instituciones alrededor del mundo (Ascroft y Masilela).

Lo que queda en evidencia del recuento de Ascroft y Masilela es que el surgimiento de estos profesionales en las instituciones multilaterales condujo a una lucha de poder por el control y la gestión de los proyectos de desarrollo. En su intento de promover su importancia, los profesionales de la comunicación de apoyo al desarrollo resentían el hecho de que se les situara en los niveles secundarios de los departamentos de información y relaciones públicas de las instituciones de desarrollo y se les alejara del proceso de planificación. A fin de ejercer su importancia profesional al igual que los demás especialistas del desarrollo, consideraban que se necesitaba capacitación especializada (íd). Se pensaba que una formación académica especializada y un método científico apropiado asegurarían una posición profesional a los especialistas de la comunicación de apoyo al desarrollo en la industria del desarrollo. En otras palabras, los intentos de legitimación en el campo profesional y el académico de la comunicación para el desarrollo son lo que motiva la afirmación de Ascroft y Masilela de que «la academia hasta ahora no ha acogido seriamente la idea» ni afrontado el reto de desarrollar, probar, incorporar en un programa y comercializar el concepto «en todo el mundo». De hecho, el concepto está orientado al mercado y a brindar un servicio en lugar de una teoría. La comercialización dirigida a la industria del desarrollo es lucrativa, además, porque el desarrollo es un gran negocio que posiblemente deja pequeñas a muchas organizaciones multinacionales o incluso a la Mafia (Hobart 1993).

Armados con una legitimidad académica, los teóricos de la comunicación de apoyo al desarrollo ahora aducen que «un desarrollo verdadero exige que los científicos de la comunicación estén al timón del desarrollo» (Agunga 1996). Tal comunicación se concibe como una función informativa administrativa que se ocupa de organizar eficazmente programas de desarrollo enteros a manera de sistemas. Desde una perspectiva integral, lo que propone es coordinar todos los aspectos de las comunicaciones y movilizar la participación de las masas (Melkote 1991).

Sin embargo, tales afirmaciones distorsionan el alcance de la comunicación de apoyo al desarrollo y elevan lo que es esencialmente un proyecto de nivel micro a una teoría general. La CAD es «la aplicación de estrategias de comunicación diseñadas específicamente para programas de desarrollo concretos [...] por lo general en situaciones micro, que adopta la forma de campañas y generalmente termina cuando el proyecto de desarrollo correspondiente finaliza» (Jayaweera 1989). Es un componente local y no una alternativa ni el sustituto de una estrategia de desarrollo nacional para toda una sociedad (íd). En resumen, la comunicación de apoyo al desarrollo es una disciplina práctica basada en la investigación aplicada, a diferencia de la investigación teó-

rica de la comunicación para el desarrollo, de base académica. Por lo tanto, ofrece a la burocracia de la industria del desarrollo una herramienta práctica para resolver lo que considera que son los verdaderos problemas del desarrollo.

El mundo del desarrollo según la comunicación de apoyo al desarrollo

El planteamiento de la CAD pretende que todo el mundo del desarrollo es un diálogo. La comunicación es simplemente un diálogo que implica «crear e intercambiar información para lograr el entendimiento mutuo» (Ascroft y Agunga). Asimismo, el desarrollo internacional es un diálogo: «en el sentido más amplio, el problema del desarrollo es uno de diálogo entre el Norte y el Sur, en el que las dos partes generalmente no se dan cuenta de que saben demasiado poco sobre el contexto de cada una como para poder interactuar de manera significativa y provechosa» (íd.).

Ante dicha afirmación, toda la historia de Occidente y su interacción con el Tercer Mundo —el colonialismo, la guerra, la política de las fuerzas internacionales— se reducen a la calma de un diálogo platónico. Pero, lejos de no conocerse, el Tercer Mundo y Occidente (o el Norte) se conocen muy bien; son, en realidad "viejos conocidos" (Fanon 1973).

La afirmación de que las relaciones internacionales son un diálogo idealiza a las naciones, comunidades y grupos y los presenta como si fueran individuos racionales. Pero las relaciones entre naciones y colectividades no son reducibles a relaciones entre individuos. Se trata de relaciones conflictivas, ya que son predominantemente políticas y están determinadas por la proporción de poder que posee cada nación (Frankel 1971, Niebuhr 1960).

Es significativo que la palabra "conflicto" no figure en el discurso de la comunicación de apoyo al desarrollo y la clave de dicha omisión se podría encontrar en la teoría de la difusión de innovaciones de Rogers. En el prólogo de la primera edición de *Social Change in Rural Societies*, Rogers y Burdge (1972) escriben que, entre las sugerencias para mejorar el contenido del libro, varios propusieron que los conceptos de "conflicto", "cooperación" y "acomodación" debían eliminarse y que «estos lineamientos se utilizaron en la preparación del libro». Esto también se reflejaba en gran medida en los libros de Rogers sobre la difusión de innovaciones.

Desde la perspectiva de la CAD, los problemas del desarrollo son básicamente problemas de comunicación y de (mal)entendimiento, porque los participantes del desarrollo deberían estar «creando e intercambiando información para lograr un entendimiento mutuo», como ya se mencionó que afirman Ascroft y Agunga. Este punto de vista considera que el desarrollo es una transacción entre "beneficiarios" y "benefactores" altruistas. De hecho, según Agunga (1990), «benefactor se refiere a alguien que confiere un beneficio», como los organismos internacionales multilaterales, unilaterales y privados de desarrollo que «facilitan el desarrollo al suministrar capital, equipo y conocimientos a través de la asistencia técnica» a los "beneficiarios" del Tercer Mundo. Al nivel micro del desarrollo, el diálogo se da entre los "benefactores", especialistas técnicos extranjeros y agentes de cambio que «desean llevar el desarrollo a los pueblos del Tercer Mundo».

Para que el diálogo de desarrollo continúe, los expertos de la CAD sugieren que «la participación popular implica sensibilizar a la población local para que se vuelva más receptiva y responda a los programas de desarrollo» (íd). Es decir que desarrollo participativo significa que nada se debe hacer en las zonas rurales sin la aprobación de la población. «Significa que se debe concientizar a la población sobre lo que se propone como proyecto para la población» y «hacer que se den cuenta de lo que los gobiernos y los donantes tienen en *stock* para ellos» (Agunga 1996). Lo que esta perspectiva implica es que los pobladores no son quienes inician los proyectos, sino que más bien hay que decirles lo que ya se ha decidido para ellos y deben ser "receptivos" y "responder" y estar agradecidos por lo que los "benefactores" tienen "en reserva" para ellos. Esto es indicativo de la persistencia del modelo de comunicación de arriba hacia abajo de la década de 1950, con su énfasis en el emisor. Pese al acento proclamado de la CAD en los receptores de la comunicación en lugar de en los emisores, en la participación y en el intercambio de significados, dicho énfasis sólo sirve para volver más influyente y más poderoso al emisor a costa de los receptores (Servaes y Arnst 1993).

El proceso de toma de decisiones en materia de desarrollo, que es primordialmente un proceso político, también es reducido por el planteamiento de la CAD a la apariencia de un diálogo platónico pacífico. Según Agunga (1990), «la toma de decisiones de desarrollo implica que dos o más partes sostengan un diálogo». Citando al Webster's New World Dictionary, Agunga explica que «diálogo es "hablar juntos", o un intercambio y debate de ideas, especialmente cuando es abierto y franco, en busca de mutuo entendimiento o armonía». Ahora bien, si las decisiones de desarrollo entre las naciones y los procesos de toma de decisiones sobre el desarrollo son diálogos, entonces todos los problemas que se presentan en el desarrollo deben ser problemas de comunicación y de malentendidos. Por lo tanto, según Agunga para la toma de decisiones el principal problema en el "diálogo" es el malentendido entre las personas debido a una «brecha de heterofilia» entre los agentes de cambio y los «receptores del cambio»; es decir, no existen suficientes atributos en común, tales como creencias, educación y estatus entre los participantes, ya que son muy diferentes unos de otros. Dichas diferencias son particularmente evidentes a nivel comunitario, donde «los donantes extranjeros, los burócratas locales y los técnicos trabajan concertadamente con los especialistas». Aquí es donde es más probable que los "benefactores" y los "beneficiarios" enfrenten una «incompatibilidad de comunicación». Los problemas técnicos de la comunicación requieren soluciones técnicas. El problema del desarrollo se puede resolver simplemente mejorando las habilidades de comunicación de los diversos participantes del proceso para así «superar los obstáculos que limitan la interacción útil entre los benefactores y los beneficiarios».

El problema principal es una ruptura en la comunicación. «La asistencia técnica fracasa porque los donantes de la ayuda no entienden a los receptores de la ayuda ni comprenden sus necesidades».

La comunicación humana, por lo tanto, es víctima fácil y constante de los errores de transmisión y entendimiento, de fidelidad de la traducción, y de interpretación y comprensión. Todos los errores vienen a concentrarse en esa situación de comunicación de tan singular frustración en nuestro tiempo: el intercambio participativo de conocimientos y la toma de decisiones participativa entre los especialistas técnicos de los enclaves industrializados y aquellos a quienes buscan ayudar en los enclaves de las sociedades campesinas (Ascroft y Masilela).

Según Ascroft y Masilela, primero deben resolverse los problemas de comunicación para que los donantes y los receptores de la ayuda y los expertos de desarrollo extranjeros y locales «puedan trabajar juntos para atender eficazmente a sus presuntos beneficiarios» (Agunga 1990). Es aquí donde la introducción del experto técnico en comunicación de apoyo al desarrollo mejoraría la comunicación y conduciría a una mayor participación de la población local en el proceso de toma de decisiones sobre el desarrollo. Para lograr la participación, el experto se ocupa de construir mensajes que tengan el efecto apropiado para asistir «al grupo objetivo a procesar eficazmente la información sobre el desarrollo» (James 1994) y facilitará la comunicación eficaz porque está en capacidad de «traducir el contenido técnico a una forma simplificada que los campesinos puedan entender» (Agunga 1990). Como tal, el especialista en comunicación de apoyo al desarrollo es «parte artista, parte artesano y parte científico so-

Paradigmas de comunicación para el desarrollo

cial» y puede «no sólo diagnosticar las restricciones socioculturales que actúan sobre la comunicación, sino también diseñar estrategias y materiales para superarlas» (Ascroft y Masilela). Si sólo se le diera el lugar apropiado a este nuevo «comunicador de apoyo al desarrollo» profesional —que apareció por primera vez en alguna zona rural de Tailandia en la década de 1970 y que desde entonces ha tenido una existencia elusiva en una serie de instituciones multilaterales de desarrollo— todos «los errores de comunicación humana» se eliminarían y las barreras se superarían y, así, se facilitarían el diálogo y la comunicación participativa entre la población y las instituciones que tratan de desarrollarla.

Detrás de esta fachada tan virtuosa, el lenguaje de los proponentes de la CAD traiciona su intención: "traducir" y persuadir a la en apariencia ignorante población a aceptar la propaganda de la poderosa industria del desarrollo (Freire 1974). Esta perspectiva refleja la arrogancia de suponer que «las personas de clase baja no comprenden su propia situación, que necesitan que se les ilumine sobre el tema y que este servicio lo pueden prestar personas seleccionadas de clase más alta» (Berger 1976). Considerar la interacción humana en términos de "fidelidad del mensaje" y "errores de comunicación" se deriva de una visión limitada de la comunicación, tal como la que ofrecen la cibernética y los modelos mecánicos simplistas. Se supone erróneamente que la realidad de estos modelos es la realidad de la comunicación humana. Esta visión refleja la teoría "del balde" de la comunicación o lo que para Freire era el concepto bancario, en el cual los ricos en conocimientos transmiten información y la depositan en las mentes de los pobres e ignorantes (Beltrán 1980). Estas visiones de la comunicación por lo general son apuntaladas por la metáfora del conducto, donde el lenguaje supuestamente "contiene" significados introducidos por un emisor y estos son "extraídos" por el oyente (Hobart). Sin embargo, la comunicación es mucho más compleja de lo que esto parece sugerir. Es una acción social y está ligada a las relaciones sociales de poder. Como tal, la comunicación no está dirigida exclusivamente a alcanzar un entendimiento mutuo. Tal como lo expresa Bourdieu (1992):

> «Las palabras no son sólo (salvo en circunstancias excepcionales) signos para ser entendidos y descifrados; también son signos de riqueza, destinados a ser evaluados y apreciados, y signos de autoridad, destinados a ser creídos y obedecidos. Muy al margen de los usos literarios (y, especialmente, poéticos) del lenguaje, es raro que en la vida cotidiana el lenguaje funcione como instrumento puro de comunicación».

En el discurso reduccionista de la CAD, el lenguaje se considera únicamente como medio de comunicación, las comunicaciones operan exclusivamente como un medio de entendimiento mutuo, y el desarrollo sólo es diálogo. En un marco así, no cabe considerar otros motivos de la resistencia al desarrollo o de la negativa a comunicarse. La mala comunicación o la negativa a comunicarse no es un problema que pueda resolverse simplemente con una mejor comunicación. El desarrollo internacional implica una jerarquía y relaciones de poder donde la comunicación también supone dar órdenes e información, e instrucciones que se deben obedecer. En la práctica del desarrollo, «la comunicación no es una cuestión técnica que se debe abordar aisladamente de la estructura económica, política y cultural de la sociedad» (Beltrán 1980).

De hecho, al alegar que el único propósito de la comunicación es el entendimiento y sugerir que las personas necesitan ayuda profesional para entenderse entre sí, el profesional de la comunicación de apoyo al desarrollo ejerce dominación y poder político. Esto queda claro en el lenguaje agresivo de los ingenieros sociales y los estrategas militares convertidos en desarrolladores rurales que montan un «ataque concertado inmediato contra todos los cuellos de botella» (Agunga 1990) y elaboran "estrategias" para "corregir errores" y eliminar "restricciones". El uso de tales conceptos revela que lo que se busca no es entendimiento mutuo ni diálogo, sino medios de manipulación y subordinación. Los manipuladores han aprendido a aprovechar al máximo «el entorno social

para ayudar a lograr respuestas de las audiencias, que sean acordes con los propósitos de los comunicadores» y a obtener la aceptación individual de las metas predeterminadas del desarrollo (Beltrán 1980). Por ejemplo, la afirmación de que hay que tomar en consideración «el factor conductual humano» (Childers en Agunga 1990) implica la manipulación de actitudes al proporcionar la «información, motivación y educación necesarias para transformar en interés y compromiso la indiferencia que la población local pueda sentir hacia el proyecto, la ignorancia en conocimiento, la oposición en aceptación y apoyo» (Perrett en Agunga 1990). El uso de un lenguaje como ése crea «una analogía perturbadora entre una aldea enemiga que uno bombardea y un aldeano amistoso para quien se implementa un programa de salud o irrigación» (Vitebsky 1993). Como sugiere Edelman (1974), el uso de ese lenguaje cumple la función política de manipular a los descontentos con el desarrollo para lograr su conformidad y docilidad. De hecho, la práctica del desarrollo se entendería más bien como librar «una guerra contra los pobres» y no una contra la pobreza (Carmen 1988).

En resumen, el papel de la comunicación de apoyo al desarrollo es la persuasión al servicio del proyecto, en lugar del diálogo con el pueblo. Además, no es el pueblo sino el público como abstracción política lo que se considera; es decir, la proposición de que el pueblo necesita ser educado e informado para la participación significa que semejante educación se reduce a un adoctrinamiento y la participación a la sumisión (Servaes y Arnst). La posición del experto en CAD en la estructura organizacional del desarrollo internacional exige, por tanto, que se promueva la política institucional y es dudoso que dicho experto pueda mediar imparcialmente entre todas las partes.

El agente de la propaganda

¿Podría el experto en comunicación de apoyo al desarrollo empleado por un gobierno y «concentrado en las metas, que se ocupa de la comunicación a nivel de comunidad, de la estructura del mensaje y sus efectos, de la capacidad del grupo objetivo para procesar eficazmente la información del desarrollo» (James) ser honesto en su labor de promover el interés de la gente en el desarrollo? Según James, ese experto podría actuar como facilitador honesto de la participación. Ascroft y Agunga y Agunga (1990) alegan que bien podría operar a favor de la participación popular y basan su afirmación en la teoría de la difusión de innovaciones de Rogers.

Para Rogers, el desarrollo, o la modernización, se podría considerar como una difusión de innovaciones. Dicha difusión ocurre mediante el uso de los medios masivos y los canales de comunicación interpersonal cara a cara. Según Rogers y Shoemaker (1971), «se aprendió que los canales de los medios masivos son a menudo más importantes en la creación de conciencia y conocimiento de ideas nuevas, mientras que los canales interpersonales son más importantes para cambiar las actitudes a favor de la innovación». Más específicamente, Rogers y Shoemaker sugieren que los canales de comunicación de masas son medios eficientes de "información", mientras que los canales interpersonales son medios más eficaces de "persuasión". Rogers y Burdge definen al agente de cambio como un empleado del gobierno cuyo papel «es explayar y explicar las ideas nuevas acerca de las cuales el agricultor puede ya haber leído u oído a través de los canales de medios de comunicación de masas». Extendiendo el papel del agente de cambio al Tercer Mundo, Rogers y Shoemaker igualmente definen al agente de cambio como «un profesional que influye en las decisiones de innovación, orientándolas en la dirección que un organismo de cambio considere deseable». Esta definición del agente de cambio no se modifica en las publicaciones posteriores de Rogers, aunque la definición inicial del proceso de comunicación se transforma del proceso unidireccional inicial a una definición más de moda y políticamente correcta que subraya la participación y la «generación e intercambio de información para lograr el entendimiento» (Ascroft y Agunga).

Ascroft y Agunga se muestran desconcertados porque Rogers no le asigna un papel más participativo al agente de cambio, tal como lo exige la nueva definición de la comunicación, y sugieren que el agente de cambio podría ocupar una posición más independiente entre la de representar a los benefactores y actuar como representante del pueblo frente a la institución de desarrollo. Pero semejante posición no es posible en la industria del desarrollo institucionalizado, independientemente de que se pueda cambiar la definición de la comunicación. Quizá por eso Rogers nunca modificó su definición original del agente de cambio.

El papel del agente de cambio siempre está determinado por su posición en la institución de desarrollo. Según Freire, el agente de cambio o el agente de "extensión" agrícola no ocupan una posición neutral. Siempre se encargan de persuadir a las «masas de aceptar la propaganda institucional». Por supuesto, que el agente de cambio entre al campo también depende de que sea aceptado por los beneficiarios. Pero, en una posición de mediación entre los benefactores y los beneficiarios, representa los intereses de la burocracia del desarrollo. Esta posición lo coloca en una situación de conflicto como doble agente de la decepción y la propaganda. De hecho, el desarrollo en principio se ocupaba principalmente de la propaganda, pero en la década de 1960, el concepto de comunicación reemplazó al concepto menos favorable de propaganda en los escritos de los teóricos del desarrollo (Delia 1987). La propaganda y la educación son conceptos que los agentes de cambio (o de extensión rural) generalmente consideran sinónimos y no estiman una contradicción proclamar que su tarea educativa fundamental es «persuadir a las masas rurales de aceptar nuestra propaganda» (Freire). Más aún, el concepto de la comunicación de apoyo al desarrollo y todo el campo de la comunicación para el desarrollo está sesgado hacia la ideología normativa y la propaganda. Esto es evidente desde la definición misma de comunicación para el desarrollo. Según Rogers (1989), la aplicación de la comunicación para el desarrollo tiene el propósito de promover el desarrollo generalmente mediante un aumento de la exposición de la población a los medios de masas para reforzar el «clima para el desarrollo» y el apoyo brindado a programas de desarrollo específicos. Ambos propósitos tienen un marcado sesgo hacia la comunicación de propaganda.

Un doble agente de la decepción: el "apoyo" de la comunicación al servicio de los proyectos oficiales de desarrollo participativo en el Tercer Mundo

Los estudios respecto de las políticas de los proyectos de desarrollo que cumplieron debidamente los requisitos oficiales de participación popular revelaron que es imposible conciliar la participación con la práctica imperante del desarrollo internacional (Quarles van Ufford 1993).

Un proyecto de desarrollo típico empieza por negociaciones políticas entre una entidad de desarrollo occidental —sea un gobierno u otro organismo donante— y un gobierno del Tercer Mundo, que devienen en un convenio de cooperación bilateral para la implementación de un proyecto de desarrollo rural regional. Tal como exige la nueva orientación del desarrollo, el convenio estipula que la participación local en la toma de decisiones sobre las actividades concretas del proyecto es esencial. Para que sobreviva el proyecto, los fondos asignados se deben gastar y debe parecer que hay participación popular. Sin embargo, estas son exigencias contradictorias, porque la disponibilidad de un monto importante de fondos significa que las poblaciones locales tienen poco o ningún control sobre el gasto y que sus puntos de vista sobre la planificación serán mediados a través de la "organización local", que toma la forma de una estructura de representantes institucionales establecida por el gobierno nacional beneficiario (Quarles van Ufford). Esta "estructura local" es generalmente controlada por el gobierno

nacional y las elites locales de poder político, y no representa los intereses de la mayoría de los campesinos (Arce y Long 1993). Sin embargo, los agentes de cambio no están en posición de cuestionar la legitimidad de esta estructura y, en todo caso, los expertos en comunicación de apoyo al desarrollo deben ignorar o fingir que ignoran sobre asuntos políticos.

Una vez que un proyecto de desarrollo empieza, adquiere vida propia y es esencial que todas las partes guarden las apariencias de que el proyecto cumple con los objetivos oficiales acordados a nivel del gobierno y de la entidad donante. La supervivencia del proyecto y el sustento de los agentes de cambio dependen de que ellos acepten las "estructuras locales" como representativas de los intereses del pueblo y den la impresión de que hay participación popular. Los agentes de cambio tampoco pueden suscitar el antagonismo del gobierno nacional ni desafiar a la estructura local, ya que esto crearía conflictos con las autoridades locales y desafiaría el supuesto de la política oficial de que efectivamente hay participación popular. Por otro lado, admitir que hay problemas a nivel local colocaría a los agentes de cambio en conflicto con su propia organización y conduciría a que se les retire del proyecto y se les reemplace con otros agentes más dispuestos a guardar la apariencia oficial de participación popular, tal como lo requiere la política oficial y la necesidad de que el proyecto prosiga según lo programado (Arce y Long). Los agentes de cambio están en una situación contradictoria que, en la práctica, los hace doble agentes de la decepción. En su comunicación con las organizaciones patrocinadoras, se requiere que "administren cuidadosamente la información y las imágenes de la escena local" y presenten una imagen de una comunidad rural homogénea que participa en el desarrollo tal como lo exige la política oficial (Quarles van Ufford). Oficialmente, la organización donante, o el "benefactor", tiene que permanecer ignorante de las verdaderas complejidades políticas locales, de modo que las imágenes de la escena local deben encajar con las necesidades organizacionales y conducir a un discurso integrado en el que las capacidades de la "maquinaria" administrativa y la definición del desarrollo constituyan un todo integral (Quarles van Ufford).

Más aún, dicha gestión de las apariencias proporciona los medios para que los organismos de desarrollo obtengan apoyo político y acceso al financiamiento, y adquieran identidad y legitimación en la industria del desarrollo.

Al nivel local del desarrollo, al agente de cambio local se le coloca en medio de luchas de poder político entre diversos grupos locales con distintos intereses (Arce y Long). Los conflictos de intereses están en el corazón de cualquier acción de desarrollo.

Algún grado de conflicto de intereses es inherente al problema de la cooperación. En el desarrollo comunitario, es el conflicto entre el organismo y la comunidad en torno a los deseos e intereses que deban tener precedencia. En la práctica, por supuesto, este conflicto se resuelve generalmente en favor de la parte que tiene la ventaja del poder. Pero ese tipo de resolución probablemente sea más aparente que real. Puede que los más poderosos decidan el curso de acción y las políticas, pero el conflicto frecuentemente continúa, manifestándose en la ausencia de cooperación de la parte menos poderosa (Goodenough).

Los conflictos de intereses también se encuentran en los grupos locales beneficiarios, porque lo que es un objetivo deseable de un programa de desarrollo para una parte, puede ser menos deseable para otra (Thomas y Grindle 1990). Todo cambio social dirigido (desarrollo) trastorna el equilibrio político y social, y producirá reacciones y resistencia de parte de los grupos cuya posición se vería afectada por el cambio proyectado. Ocurren más reacciones, resistencia y desafíos a medida que prosigue la implementación, porque los efectos del cambio se vuelven más visibles (Thomas y Grindle). Éstos no son sólo problemas de comunicación, sino de poder.

El agente de cambio necesita tener una visión holística, lo cual implica que la política oficial de su organización es la que prima. En esa posición, el agente de cambio se ubica del lado del proyecto, del organismo patrocinador y del gobierno nacional.

Cualquier otro indicador de resistencia evidentemente pone sobre aviso de que las condiciones para la cooperación entre los agentes y la comunidad están en peligro. Puesto que el agente está comprometido con implementar el cambio constructivo, tiene la responsabilidad profesional, como la del psiquiatra, de hacer todo lo posible por que se cumplan las condiciones necesarias para la cooperación (Goodenough).

Esto implica que lograr la conformidad con el poder y diseñar estrategias para prever y manipular el «factor conductual humano» (Childers 1976) que necesita superarse, y no la comunicación para lograr un entendimiento mutuo, son los objetivos principales del agente de cambio.

Conclusión: hacia el posdesarrollo

Es probable que una mejor y mayor comunicación, el diálogo y el entendimiento mutuo no sean la salvación para los problemas de desarrollo de África y el Tercer Mundo. Los modelos simplistas de diálogo distorsionan la complejidad y el carácter social de la comunicación y el desarrollo. Como dice Melkote (1993): «Hemos aprendido que la comunicación no es el único eslabón perdido. Los problemas de subdesarrollo o sobredesarrollo tienen sus raíces tanto en factores no comunicacionales como en factores relacionados con la información».

Después de casi medio siglo de "desarrollo" y su fracaso constante, debemos tener cuidado con las soluciones simplistas y rápidas *made in USA*. En este sentido, la comunicación de apoyo al desarrollo es una apariencia estadounidense de participación propagada contra el paradigma participativo sudamericano de inspiración marxista. Propugnar la salvación por medio de modelos reduccionistas de diálogo desvía la atención de la necesidad de cambio en las estructuras sociales opresivas del Tercer Mundo (Beltrán 1976). Fanon sugiere que se requerirá una reestructuración y redistribución radical mundial de la riqueza. Según Hedebro (1984), la apreciación rudimentaria adquirida luego de décadas de investigación sobre la comunicación para el desarrollo es que

> «[…] los agricultores no adoptarán ideas y productos nuevos si no tienen una posibilidad real de hacerlo o si no se beneficiarán de ellos, por más ingeniosamente que se haya diseñado la información. […] Lo que se necesita […] es una reforma agraria […] no información. Se necesita un cambio en la estructura, no más conocimientos técnicos. Para decirlo de otro modo: la información jamás podrá sustituir a los cambios estructurales, por ambicioso que sea el esfuerzo».

El supuesto central del planteamiento de la comunicación de apoyo al desarrollo de que lograr un "entendimiento mutuo" conduciría al desarrollo deseado es una ilusión. En primer lugar, ¿por qué la comunicación, cuyo objeto es llegar a un entendimiento mutuo, conduciría al cambio social deseado cuando gran parte de la comunicación que ocurre en cualquier sociedad está dirigida a la preservación del statu quo y a evitar el cambio? En segundo lugar, el desarrollo implica un cambio social dirigido y, a pesar de los objetivos benévolos y deseables, siempre encontrará resistencia en quienes se verán afectados por el cambio, porque «lo que es un resultado deseado para uno, podría ser un resultado menos óptimo para otro» (Thomas y Grindle). Dicha oposición y resistencia no son simplemente malentendidos que se puedan resolver proporcionando los medios técnicos para mejorar las destrezas comunicativas.

La implementación del desarrollo es una decisión política y supone conflictos y luchas por posiciones de poder que todos los involucrados entienden

perfectamente. Son los científicos sociales moralizadores quienes no entienden estas realidades. Para comprender el desarrollo, necesitamos aplicar la sugerencia hecha por Michel Foucault (1980) de que la historia de la humanidad y, por inferencia, la historia del desarrollo, tiene perfecto sentido si se considera en términos de un modelo de guerra y batalla, en lugar de en términos de diálogo, significado o entendimiento mutuo. El concepto de la comunicación como diálogo platónico es estático y no capta la lógica de la comunicación como práctica social agonista y la complejidad de la interacción entre los actores implicados en la implementación del desarrollo a nivel de la población. En estas «situaciones de interfaz», la «interacción entre los actores se centra en el problema de encontrar maneras de "tender puentes", adecuarse y luchar contra los mundos cognitivos y distintos de cada uno» (Long y Villarreal 1996).

Quizá llegó el momento de reconsiderar el papel de la teoría de la comunicación en el desarrollo y cuestionar seriamente el propósito y los intereses que se promueven al sugerir que el desarrollo y la comunicación son diálogos dirigidos a un entendimiento mutuo. Los últimos 50 años parecen haber producido un volumen inmenso de publicaciones teóricas sobre el desarrollo, pero también no haber tenido ningún impacto en los problemas que abordan. La realidad del subdesarrollo aparentemente ha ido por delante de las teorías del desarrollo, con el resultado de que en su mayoría al parecer han sido irrelevantes para el desarrollo (Edwards 1989). De hecho, en la industria del desarrollo (no en la disciplina académica de la comunicación para el desarrollo), sólo una teoría domina el campo: el "paradigma de la dominación", que considera la comunicación como una dominación de arriba hacia abajo formulada por teóricos estadounidenses en la década de 1950 (Simpson 1994).

No obstante, las teorías del desarrollo no son totalmente intrascendentes. Aunque las percepciones cambiantes de la teoría de la comunicación no lograron impacto en la industria del desarrollo, han proporcionado herramientas para una comprensión crítica del desarrollo. Muchos en el Tercer Mundo tienen argumentos sólidos en contra del desarrollo. Se han dado cuenta de que en el marco institucional internacional aceptado no los beneficia, ya que los proyectos llevados a cabo en el Tercer Mundo son en gran parte inapropiados. El objeto de dicho desarrollo es favorecer a la industria del desarrollo, a los gobiernos patrocinadores, a las grandes empresas y a las elites de poder local en lugar de al pueblo (George 1976). El desarrollo mismo ha producido empobrecimiento y miseria en muchas naciones del Tercer Mundo (Ekins 1993). Los pobres del Tercer Mundo se han percatado de lo que ya sabían: que, en última instancia, sólo cuentan con ellos mismos para encontrar una solución de desarrollo (Carmen). Por lo tanto, la solución no es otro desarrollo o uno alternativo, sino más bien una alternativa al desarrollo o al posdesarrollo (Escobar 1995). Sólo cuando los teóricos empiecen a cuestionar todo el concepto y los objetivos del desarrollo, éste, tal como se ejerce ahora, dejará de existir y se abrirá un espacio para una alternativa que sirva para el efecto en el Tercer Mundo (Esteva 1992). Esta alternativa consistiría en crear vínculos entre los movimientos de base y los teóricos del desarrollo y en liberar al campo académico de la comunicación para el desarrollo de su sesgo normativo y compromiso ideológico con la industria del desarrollo. Alternativas al desarrollo basadas en una «insurrección de conocimientos subyugados» (Foucault 1980) desafiarían la dominación del conocimiento occidental y articularían formas autóctonas y alternativas de conocer, hacer y vivir (Apffel Marglin 1995). Dicha alternativa podría ser trascendente sólo si tiene el poder para volverse trascendente, es decir si se fundamenta principalmente en la capacidad de propagar una contraestrategia política mediante la consolidación de un vínculo entre los movimientos de base tanto de las regiones del Norte como del Sur (Servaes 1986, Rodgers y Starr 1995). La alternativa se presenta en el gran número de modos postmodernos de comunicación y la globalización de los intervín-

culos de comunicación para los grupos que buscan establecer alternativas al desarrollo en el Norte y el Tercer Mundo e incrementar su intercambio de información y de comunicación (Rodgers y Starr). Estos intervínculos también contribuirían a liberar al campo académico de la comunicación para el desarrollo del sesgo normativo, la dependencia de la industria del desarrollo y la colonización por la academia estadounidense, abriendo así el camino para teorizar más independientemente sobre el desarrollo (Wiarda 1991). En este sentido, como lo ha señalado Foucault (1988), «la teoría no expresa, traduce, ni sirve para aplicar la práctica: es la práctica».

Bibliografía citada

Agunga, R. (1990). "Development Support Communication and Popular Participation in Development Projects" en *Gazette*, 45 (3).

Agunga, R. (1996). "Communication: The Missing Element in Africa's Development Struggle". Ponencia presentada en el Simposio sobre Cultura, Comunicación, Desarrollo. Pretoria, Human Sciences Research Council, 29–31 de agosto.

Apffel Marglin, F. (1995). "Development or Decolonization in the Andes?" en *Futures*, 27 (8).

Arce, A. y Long, N. (1993). "Bridging Two Worlds: An Ethnography of Bureaucrat–Peasant Relations in Western Mexico" en Hobart, M. (ed.) *An Anthropological Critique of Development: the Growth of Ignorance*. London, Routledge.

Ascroft, J. y Agunga, R. (1994). "Diffusion Theory and Participatory Decision Making" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication: Working for Change and Development*. New Delhi, Sage.

Ascroft, J. y Masilela, S. (1994). "Participatory Decision Making in Third World Development" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication: Working for Change and Development*. New Delhi, Sage.

Beltrán, L.R. (1976). "Alien Premises, Objects, and Methods in Latin American Communication Research" en Rogers, E. M. (ed.) *Communication and Development: Critical Perspectives*. Beverly Hills, Sage.

Beltrán, L. R. (1980). "A Farewell to Aristotle: 'Horizontal' communication" en *Communication*, 5.

Berger, P. L., (1976). *Pyramids of Sacrifice: Political Ethics and Social Change*. New York, Anchor.

Bourdieu, P. (1992). *Language and Symbolic Power*. Cambridge, U. K., Polity.

Burton, S. (1994). "Organisation and Agency: Some Thoughts on Community Videomaking as Development Support Communication" en *Communication*, 20 (2).

Carmen, R. E. R. M. (1988). "Development Communication: The Search for a Participatory Paradigm" en *Community Development Journal*, 24 (4).

Childers, E. (1976). "Taking Humans into Account" en *Media Asia* 3 (2).

Coombs, P. H.; Ahmed, M. y Kale, P. (1976). "Communication and Integrated Rural Development—Is It a New Rhetoric?" en *Media Asia*, 3(2).

Delia, J. G. (1987). "Communication Research: A History" en Berger, C. R. y Chaffee, S. H. (eds.) *Handbook of Communication Science*. Newbury Park, California, Sage.

Edelman, M. (1974). "The Political Language of the Helping Professions" en *Politics and Society*, 4.

Edward, M. (1989). "The Irrelevance of Development Studies" en *Third World Quarterly*, 11 (1).

Ekins, P. (1993). *A New World Order: Grassroots Movements for Global Change*. London, Routledge.

Escobar, A. (1995). *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Esteva, G. (1992). "Development" en Sachs, W. (ed.) *The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power*. London, Zed.

Fanon, F. (1973). *The Wretched of the Earth*. Harmondsworth, U. K., Penguin.

Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1972–1977*. New York, Pantheon.

Foucault, M. (1988). *Language, Counter-Memory, Practice: Selected Essays and Interviews*. Ithaca, New York, Cornell University Press.

Frankel, J. (1971). *The Making of Foreign Policy: An Analysis of Decision Making*. New York, Oxford University Press.

Freire, P. (1974). *Education for Critical Consciousness*. New York, Seabury.

George, S. (1976). *How the Other Half Dies: The Real Reasons for World Hunger*. Harmondsworth, U. K., Penguin.

Goodenough, W. H. (1970). *Cooperation in Change*. New York, Russell Sage Foundation.

Hall, E. T. (1965). *The Silent Language*. New York, Premier.

Hedebro, G. (1984). *Communication and Social Change in Developing Nations: A Critical View*. Ames, Iowa State University Press.

Hobart, M. (1993). "Introduction: The Growth of Ignorance?" en Hobart, M. (ed.) *An Anthropological Critique of Development: The Growth of Ignorance*. London, Routledge.

James, S. L. (1994). "Facilitating Communication within Rural and Marginal Communities: A Model for Development Support" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication: Working for Change and Development*. New Delhi, Sage.

Jayaweera, N. (1989). "Rethinking Development Communication: A Holistic View" en Jayaweera, N. y Amunugama, S. (eds.) *Rethinking Development Communication*. Singapore, AMIC.

Long, N. y Villarreal, M. (1996). "Exploring Development Interfaces: From the Transfer of Knowledge to the Transformation of Meaning" en Schuurman, F. J. (ed.) *Beyond the Impasse: New Directions in Development Theory*. London, Zed.

Melkote, S. R. (1991). *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice*. New Delhi, Sage.

Melkote, S. R. (1993). "From Third World to First World: New Roles and Challenges for Development Communication" en *Gazette*, 52.

Niebuhr, R. (1960). *Moral Man and Immoral Society*. New York, Charles Scribner.

Pye, L. W. (ed.) (1963). *Communication and Political Development*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Quarles van Ufford, P. (1993). "Knowledge and Ignorance in the Practice of Development Policy" en Hobart, M. (ed.) *An Anthropological Critique of Development: The Growth of Ignorance*. London, Routledge.

Rodgers, J. y Starr, A. (1995). "On Discourse and Social Movements: Traversing the First World /Third World Development Divide" en *Journal of Developing Societies*, 11.

Rogers, E. M. (1989). "Inquiry in Development Communication" en Asante, M. K. y Gudykunst, W. B. (eds.) *Handbook of International and Intercultural Communication*. Newbury Park, California, Sage.

Rogers, E. M. y Burdge, R. J. (1972). *Social Change in Rural Societies*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall.

Rogers, E. M. y Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*. New York, The Free Press.

Servaes, J. (1986). "Development Theory and Communication Policy: Power to the People" en *European Journal of Communication*, 1.

Servaes, J. y Arnst, R. (1993). "First Things First: Participatory Communication for Change" en *Media Asia*, 2.

Schramm, W. (1964). *Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries*. Stanford, California, Stanford University Press.

Simpson, C. (1994). *Science of Coercion: Communication Research and Psychological Warfare 1945–1960*. New York, Oxford University Press.

Thomas, J. W. y Grindle, M. S. (1990). "After The Decision: Implementing Policy Reforms In Developing Countries" en *World Development*, 18.

Vitebsky, P. (1993). "Is Death the Same Everywhere? Contexts of Knowing and Doubting" en Hobart, M. (ed.) *An Anthropological Critique of Development: The Growth of Ignorance*. London, Routledge.

Wiarda, H. J. (1991). "Toward a Nonethnocentric Theory of Development: Alternative Conceptions from the Third World" en Wiarda, H. J. (ed.) *New Directions in Comparative Politics*. Boulder, Colorado, Westview Press.

Sonderling, Stefan (1997). "Development Support Communication: A Change Agent in Support of Popular Participation or a Double Agent of Deception?". Ponencia presentada en la Conferencia y Taller sobre Desarrollo, Cultura y Comunicación. Pretoria, Human Sciences Research Council (HSRC), 5-6 de septiembre. Pretoria, South Africa, Unisa Press. Reproducción autorizada por el autor.

Paradigmas de comunicación para el desarrollo

La evolución de la comunicación para el desarrollo

Extracto de *¿Por qué comunicación?*

Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada

Después de un comienzo algo amorfo y desarticulado, la comunicación para el desarrollo gradualmente se volvió más ordenada y profesional, y más estratégica en su aplicación. Esto se debió, en parte, a que empezó a recurrir a algunos de los preceptos del *marketing*. La definición usual de *marketing* es "identificar una necesidad y satisfacer esa necesidad, con una ganancia". Su aplicación al desarrollo radica justamente en ese principio de identificar necesidades y satisfacerlas.

Para muchas personas, *marketing*, promoción y publicidad tienen connotaciones negativas vinculadas a las ventas, por lo que a menudo se les considera vulgares y comerciales. Se olvidan de que la teoría y la práctica del *marketing* se nutren de una combinación de elementos prestados de los respetados campos de la antropología, la psicología social, las ciencias conductuales y la teoría de la comunicación. Éstos luego se enlazan a un uso hábil de los medios de comunicación. El verdadero *marketing* se propone descubrir una demanda insatisfecha —no crear una demanda— y su base teórica no tiene absolutamente nada que ver con vender jabón y cigarrillos.

Era lógico que algunos especialistas en *marketing* empezaran a promover la idea de que sus métodos podrían ayudar a lograr objetivos sociales. Ofrecen perspectivas valiosas sobre la conducta de grupos, las motivaciones de las personas, los públicos-objetivo y sus características, y el diseño de las estrategias y mensajes mediáticos. Los especialistas en *marketing* estaban particularmente interesados en los campos de la salud y la nutrición, en los que consideraban que sus conceptos y prácticas podían ser aliados poderosos para ayudar a la gente a cambiar sus actitudes y comportamientos. La esencia de su lógica era que si es posible promocionar productos comerciales útiles mediante las técnicas de *marketing*, ¿por qué no aplicarlas a las metas y comportamientos sociales? Este concepto se llegó a conocer como *marketing social*, que podría definirse como "identificar una necesidad socioeconómica y ayudar a las personas a satisfacerla para su propio provecho".

El principal proponente del *marketing* social fue Richard Manoff, quien dirigía una agencia de *marketing* exitosa en Nueva York. Su primera vinculación con la nutrición y la salud pública fue en 1965, cuando formó parte de una delegación estadounidense a la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Algunos años después, empezó a aplicar las técnicas de *marketing* para promover cambios en las prácticas de salud, nutrición y planificación familiar en una serie de países en vías de desarrollo. Las propuestas de Manoff y su creciente experiencia en el *marketing* social llamaron la atención de varios organismos de desarrollo importantes, como la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y la Agencia Estadounidense para el Desarrollo Internacional (USAID). Desde entonces, los numerosos programas de comunicación en salud y población de USAID se han basado casi totalmente en estrategias de *marketing* social.

Más aún, el sector de salud las ha utilizado más que otros, pero las comunicaciones en varios sectores del desarrollo han adoptado muchos de los principios y técnicas del *marketing* social, sin necesariamente utilizarlo por completo.

El primero de estos principios es la segmentación del público, que es el reconocimiento práctico de que las creencias, actitudes, aspiraciones y comportamientos de las personas están condicionados por sus circunstancias: educación, ocupación, género, posición social, ingresos, etc. Por consiguiente, bajo una denominación genérica amplia —por ejemplo "mujeres rurales" o "pescadores"— casi siempre habrá varios segmentos definidos de públicos a quienes se debe identificar y con quienes trabajar, según el objetivo específico de comunicación y desarrollo.

La investigación cualitativa es otro principio de *marketing* que también viene adoptándose cada vez más en la comunicación para el desarrollo. Se utiliza para determinar las percepciones, actitudes y motivaciones de las audiencias respecto de un tema en particular y para detectar los obstáculos o puntos de resistencia a cualquier cambio necesario en sus prácticas. Otra función es averiguar cómo se expresan, qué terminología usan, qué canales de información prefieren, y la importancia y credibilidad que tiene cada una. Esto sirve de orientación para formular mensajes que obtengan la máxima comprensión y aceptación de la audiencia, e identificar los mejores canales mediáticos para el efecto.

Dichas investigaciones a menudo revelan fuentes fiables de información que no son medios propiamente dichos, sino otros sectores de la comunidad, especialmente los líderes de opinión. Estos sectores, entonces, se convierten en públicos de enlace a los que se puede dar información apropiada para que la transmitan a los públicos primarios. Más aún, con frecuencia se encuentra que los patrones de conducta están influenciados por los líderes de opinión y, a menos que éstos cambien, no habrá ningún cambio en el público objetivo principal.

En la práctica, la segmentación de audiencias y la investigación cualitativa podrían funcionar de la manera siguiente para promocionar, por ejemplo, la planificación familiar en zonas rurales de un país musulmán donde el sector de salud está ofreciendo los servicios necesarios. Se podría empezar por seleccionar a mujeres que ya tienen por lo menos tres hijos menores de seis años como público objetivo primario. Una investigación cualitativa de dichas mujeres posiblemente indique que están interesadas en espaciar y limitar el número de sus hijos. Quieren criar a sus hijos debidamente y les preocupa ciertos aspectos de su propia salud relacionados con la frecuencia de sus partos. Quieren más información sobre los diversos servicios y métodos de planificación familiar disponibles. Usan ciertas frases específicas al hablar de los distintos aspectos de la planificación familiar y la salud. Escuchan la radio la mayoría de los días mientras preparan la cena, y ése es el único canal mediático que utilizan.

Es posible también que muchos de sus esposos sean renuentes a la planificación familiar o incluso hostiles a ella, principalmente por la oposición de las autoridades religiosas de la comunidad. Las mujeres podrían dejar en claro que necesitan la aprobación de sus esposos antes de ir a una clínica de planificación familiar. Más aún, podría suceder que, debido a la tradición, muchas de las madres ancianas de las mujeres también estén en contra de la planificación familiar.

En estas circunstancias, sería inútil montar actividades de comunicación dirigidas únicamente a las mujeres que tienen por lo menos tres hijos menores de seis años. La comunicación también debería abarcar a los esposos, las autoridades religiosas y las ancianas. Por lo tanto, se necesitaría más investigación cualitativa para determinar cuál sería el contenido más adecuado de los mensajes y los mejores canales para transmitirlos. En cuanto a las madres que ya tienen tres hijos menores de seis años, ya se sabría que el contenido de los mensajes serían los diversos servicios y métodos de planificación familiar disponibles, que se deberían resaltar los aspectos de salud como motivación, y que un canal adecuado serían los programas de radio a la hora de preparar la cena.

Las discusiones en grupos focales (DGF) son una

técnica clásica para realizar la investigación cualitativa. En resumen, se crea una situación para la que un grupo pequeño de 8 a 12 personas del mismo nivel social, económico y educativo y que comparten estilos de vida y problemas similares, hablen sobre un tema particular de preocupación. Cada discusión tiene un facilitador y un observador que mantienen un perfil bajo. El facilitador inicia el proceso y lo guía poco a poco con algunas preguntas predeterminadas de respuesta abierta, generalmente empezando por abordar datos y hechos, y gradualmente pasando a un análisis más profundo. La clave del proceso es lograr que los participantes del grupo debatan entre ellos y no con el facilitador. El observador escucha, observa el lenguaje corporal del grupo y toma apuntes de lo que se dice.

La técnica de discusión puede ser informal y sin mucha estructura pero, con un facilitador hábil, puede generar una interacción grupal excepcionalmente eficaz para adentrarse en las actitudes arraigadas y averiguar qué piensan los participantes sobre un tema específico. El proceso generalmente asume aspectos similares a los de la terapia de grupo.

Este tipo de discusiones se han utilizado desde hace varios años para el análisis participativo en temas de salud. El sector agrícola ha quedado algo rezagado, pero las hemos utilizado en una variedad de situaciones agrarias, desde con agricultores a gran escala en Argentina hasta con agricultores de subsistencia en Zambia, Uganda y Bolivia. En todos los casos, han proporcionado una abundancia de información útil que se puede emplear para ayudar a los agricultores a ayudarse a sí mismos y planificar la asistencia externa que necesitarán.

Otra característica del *marketing* social es el diseño cuidadoso de mensajes para captar las preocupaciones y perspectivas de segmentos específicos del público. En el país musulmán de nuestro ejemplo anterior, el diseño estratégico de los mensajes dirigidos a los líderes religiosos opuestos a la planificación familiar podría incluir una selección de pasajes del Corán respecto de la obligación moral de preservar la vida y contrastarlos con la mortandad de madres y bebés durante el parto. Cabría, asimismo, usar pasajes relativos a una crianza infantil apropiada, frente a las dificultades de cuidar de un gran número de niños. Este material, entrelazado con los mensajes para las autoridades religiosas, podría legitimar la planificación familiar y ayudar a persuadirlas de apoyarla.

Otro principio del *marketing* social es la realización de pruebas previas de los materiales de comunicación con grupos representativos del público objetivo antes de difundirlos o distribuirlos en su forma definitiva. Esto asegura que los materiales sean comprensibles y que sus mensajes sean apropiados para la audiencia específica.

Otros principios fundamentales del *marketing* social son el monitoreo, la retroalimentación y el ajuste. Incluso después de una buena investigación cualitativa y de las pruebas previas de los materiales, es necesario confirmar que las actividades de comunicación mantengan su rumbo. Para esto, se realizan retroalimentaciones y monitoreos continuos a fin de verificar la recepción, comprensión y aceptación de los mensajes por el público previsto, y se corrige cualquier malentendido o efecto indeseable causado por los mensajes y materiales.

Un buen ejemplo de este proceso ocurrió en Honduras hace algunos años durante un programa de terapia de hidratación oral infantil apoyado por USAID. La solución de rehidratación se llamaba Litrosol y fue intensamente promocionada por los medios masivos. Sin embargo, un monitoreo continuo de las madres reveló que la mayoría pensaba que existían dos tipos de diarrea que afectaban a sus niños. Tenían dos nombres locales para cada una de ellas, y sólo les daban Litrosol para uno de estos supuestos tipos de diarrea. Los comunicadores querían ajustar sus mensajes mediáticos y usar

los dos nombres locales para la diarrea, pero los médicos no lo permitían, porque alegaban que esto reforzaría las creencias tradicionales infundadas. La solución conciliadora fue rediseñar los mensajes para que digan que Litrosol era bueno para todos los tipos de diarrea.

Aunque el *marketing* ha proporcionado a los comunicadores para el desarrollo métodos más organizados y sistemáticos, muchos aborrecen el *marketing* social. Lo consideran un planteamiento de arriba hacia abajo y manipulador porque dicen que utiliza habilidades refinadas de las ciencias sociales y medios de masas poderosos para intentar cambiar los patrones de comportamiento de la gente a fin de que se adecue a los criterios establecidos por foráneos con conocimientos superiores. Por otro lado, quienes defienden el *marketing* social señalan que hay pocas intervenciones de desarrollo, incluso las basadas en la participación comunitaria, que no impliquen alguna manipulación de algunos grupos por otros. También hay manipulación al interior de grupos de iguales. Más aún, incluso en países democráticos y socialmente avanzados, como Dinamarca o Suecia, los gobiernos continuamente difunden exhortaciones manipuladoras a su población para que usen cinturones de seguridad, coman más pan y menos grasa, o no beban alcohol si van a conducir un vehículo.

Quienes están a favor del *marketing* social también alegan que los temas en los que se aplica generalmente son de indudable beneficio social o para la salud y, visto desde esta perspectiva, algunos de sus protagonistas lo llaman, bromeando, "manipulación ética". Consideran que es moralmente defendible utilizar todas las habilidades e incluso tretas a nuestra disposición para inducir cambios de comportamiento cuando se trata, por ejemplo, de reducir la mortalidad infantil, disminuir los embarazos en adolescentes o impedir la propagación de enfermedades infecciosas como el SIDA.

La verdad sobre los méritos o no del *marketing* social sin duda se encuentra en algún punto medio entre las posiciones extremas a favor y en contra. Quienes afirman que hay ciertos patrones de comportamiento que se deben cambiar por el bien de las personas mismas y de la sociedad en general tienen indiscutiblemente un argumento válido. La mayoría de estos cambios deseables operan en las áreas de salud, nutrición y seguridad. El SIDA es un buen ejemplo. Limitar la propagación del VIH es, sin duda, de importancia vital para las personas y para la sociedad, y esto ciertamente justificaría cualquier tipo de comunicación, manipuladora o no, para cambiar comportamientos. El verdadero problema ético del *marketing* social sería evidente si se utilizara para manipular a la gente hacia un cambio de comportamiento o la adopción de una innovación sin tener la absoluta seguridad de que es por su bien o el bien de la sociedad.

A manera de ejemplo, en el ámbito de trabajo de UNICEF no se podría realmente objetar el recurso al *marketing* social para fomentar el uso de soluciones de rehidratación para salvar la vida de los niños. Sin embargo, usarlo para persuadir a un grupo de mujeres a adoptar una actividad productiva en particular sería una imposición injustificable, además de peligrosa, porque podría fracasar, con consecuencias negativas de largo plazo. En esas circunstancias, se debería usar un proceso de comunicación sin un objetivo conductual predeterminado para ayudar a las mujeres a analizar las alternativas y tomar su propia decisión sobre lo que quieren y pueden hacer.

En general, el *marketing* ha brindado a la comunicación para el desarrollo una serie de estrategias y técnicas valiosas, y se pueden utilizar sin aplicar métodos de arriba hacia abajo ni de inducción persuasiva para el cambio conductual. La investigación cualitativa, la segmentación de públicos, el diseño apropiado de mensajes, las pruebas previas de los materiales de comunicación y la retroalimentación continua son herramientas valiosas para cualquier actividad de comunicación.

La comunicación en las estrategias de desarrollo actuales

El *marketing* ciertamente proporcionó una serie de métodos y técnicas, pero fue la idea de desarrollo de "abajo hacia arriba" y la meta de lograr la participación lo que causó la mayor evolución en los aspectos conceptuales de la comunicación y su papel potencial. Muchos de los primeros profesionales de la comunicación pronto propugnaron el punto de vista de que existe una conexión directa entre la comunicación y la participación real y que son, en efecto, dos caras de la misma moneda. De hecho, antes de que los pobladores de una comunidad puedan participar, deben tener la información apropiada y seguir un proceso de comunicación para llegar a una percepción colectiva de la situación local y de las opciones de mejora.

Sin embargo, a las personas a menudo se les hace difícil conceptualizar y articular su visión de sus problemas, necesidades y posibilidades, especialmente en comunidades pobres de bajo nivel de educación. Tampoco tienen acceso a la información que necesitan para formarse opiniones racionales y tomar decisiones coherentes. De allí la utilidad de los insumos de comunicación, que podrían valerse de medios como la grabación y reproducción en vídeo, o transmisiones locales de radio o, simplemente, trabajo de comunicación grupal con materiales sencillos como rotafolios. En realidad, cuando los procesos de comunicación se utilizan para informar a las personas, y posibilitar que aporten sus puntos de vista, lleguen a un consenso y acuerden y lleven a cabo conjuntamente un cambio o una acción de desarrollo, se puede decir que la comunicación es participación.

La necesidad de que la gente adquiera habilidades y conocimientos nuevos es tan importante como siempre lo ha sido en los programas de desarrollo, pero las actividades informativas y de capacitación deben basarse en los intereses y las necesidades de las personas, consultándolas para identificarlos. El papel tradicional de los medios audiovisuales de mejorar la eficacia de los programas de información y capacitación sigue siendo, evidentemente, tan válido como siempre. Se han hecho grandes progresos y se ha adquirido bastante experiencia en el uso de medios antes considerados delicados y sofisticados, como el vídeo, con poblaciones locales en entornos técnicos rigurosos. También se ha aprendido mucho sobre cómo estructurar y presentar la información para volverla accesible a personas de bajos niveles de educación.

Los planteamientos de desarrollo de abajo hacia arriba y participativo han introducido cambios en la manera de usar los medios masivos. Bombardear a la gente con mensajes está descartado, por lo menos en principio. El objetivo ahora es que la gente común y corriente tenga un mayor acceso a los medios y participe en la programación. Por ejemplo, en la radio y teledifusión ahora se pone un énfasis mayor en los medios comunitarios, con una participación considerable del público en la programación.

De modo similar, se ha vuelto necesario mejorar la comunicación interpersonal entre los trabajadores de desarrollo de campo y los usuarios. Se busca que los trabajadores de campo sean facilitadores más eficaces del cambio, que escuchen más de lo que hablan y que ayuden a las personas a ayudarse a sí mismas, en lugar de convertirlas en mejores predicadores de algún sermón de desarrollo.

Se ha encontrado que las técnicas de investigación cualitativa, tales como las discusiones en grupos focales, usadas originalmente sólo para investigar las percepciones y actitudes de la gente, son perfectas para un diagnóstico participativo de los problemas, la planificación y la evaluación con las comunidades.

En términos generales, en las estrategias de cambio y desarrollo actuales, los objetivos de desarrollo son, en primer lugar, estimular el debate y la concientización para la toma de decisiones y la acción participativa y, en segundo lugar, ayudar a las personas a adquirir las habilidades y los conocimientos nuevos que necesitan. Un tercer objetivo es usar la comunicación para fomentar un mejor trabajo de equipo, cooperación y coordinación entre las diversas organizaciones gubernamentales o no gubernamentales que integran los programas de desarrollo multidisciplinarios.

¿Es utópica la comunicación para el cambio y el desarrollo?

Algunas personas podrían pensar que las estrategias de comunicación para la toma democrática de decisiones, el cambio y el desarrollo son demasiado idealistas para ponerse en práctica y que son poco trascendentes en la realidad del mundo de hoy. Afortunadamente, no obstante, ha habido una serie de experiencias que prueban que sí se puede lograr que estos conceptos funcionen.

La primera de estas experiencias notables ocurrió en Canadá, que siempre ha sido un líder en la comunicación para el desarrollo. Allá por la década de 1930, Canadá fue un pionero en la programación radial para agricultores y los grupos de escucha organizados o *Radio Farm Forums*, como se les llamaba. Éstos luego se convirtieron en el modelo para muchos proyectos de radiodifusión rural en países en vías de desarrollo. Igualmente innovador fue el establecimiento de una unidad a mediados de los años 1960 llamada *Challenge for Change*, como parte del Consejo Nacional de Cinematografía del Canadá. El objetivo de esta unidad era usar el cine —y, posteriormente, el vídeo— para fines de desarrollo social. Cuando *Challenge for Change* empezó a trabajar en la isla de Fogo, frente a la costa oriental de Terranova (Newfoundland), la experiencia resultó tan importante que sentó un precedente para mucha de la futura comunicación para el desarrollo.

A fines de la década de 1960, la isla de Fogo se encontraba en un grave declive económico y social. La población vivía principalmente de la pesca, pero sus embarcaciones eran pequeñas y sus mercados en la isla eran limitados. Las flotas pesqueras de tierra firme podían navegar más lejos y tenían mercados asegurados para su pesca cuando regresaban al puerto. Fogo había decaído tanto por éste y otros factores, que el gobierno provincial inició una propuesta para ayudar a evacuar a los habitantes a tierra firme. Fue entonces que el Departamento de Extensión de Memorial University of Newfoundland, en St. Johns, y *Challenge for Change* intervinieron y solicitaron realizar un experimento en la isla.

Al llegar a Fogo, el equipo manifestó a los isleños que les gustaría hacer unas películas con ellos y mostrarlas a la comunidad. Les aseguraron que ninguna película saldría de la isla sin su permiso y que todos quienes fueran entrevistados y filmados tendrían una oportunidad de ver las tomas y pedir que se hagan cambios antes de que se mostraran a otras personas.

Empezaron a filmar a pares de personas, generalmente para mostrar los dos lados de un argumento acerca del futuro de la isla. Por ejemplo, filmaron a un joven que explicó por qué estaba convencido de que su única esperanza de una vida mejor era partir hacia tierra firme. Por contraste, filmaron a otro joven que había logrado construir un bote de pesca sólido y duradero y que se sentía satisfecho con su vida y no tenía ningún deseo de marcharse.

Éstas y muchas otras películas, y luego vídeos, se mostraron a la comunidad durante reuniones vespertinas para incentivar el debate. Los resultados fueron impactantes. La gente discutía y los ánimos se caldeaban, pero también se suscitó un análisis profundo de la situación que afectaba a su comunidad. Además, las entrevistas filmadas atrajeron la atención hacia las percepciones e ideas excelentes de personas que normalmente no habrían tenido la oportunidad o la disposición de expresarlas en público.

A lo largo de meses, lo que los comunicadores ahora llaman el "proceso de Fogo" cobró fuerza. La

población empezó a verse a sí misma y su situación más claramente. Las películas ofrecían un espejo y los debates consiguientes abrían sus mentes a los problemas y sus causas, y a posibles acciones. En efecto, este fue el mismo tipo de proceso de concientización inventado por Paulo Freire aproximadamente al mismo tiempo.

La culminación de Fogo fue que la población pudo elaborar una propuesta bien articulada para permanecer en la isla, pero siempre que el gobierno provincial ayudara suministrando ciertas cosas clave para que esto fuera posible. Por ejemplo, necesitaban instalaciones de capacitación para los pescadores jóvenes, créditos para construir botes de pesca, etc. Las autoridades pudieron cumplir con sus pedidos y la población decidió no dejar la isla.

La forma imaginativa de utilizar los medios de comunicación para estimular este proceso participativo de diagnóstico de los problemas y de planificación del desarrollo sigue siendo un ejemplo resplandeciente de lo que se puede lograr. Debemos sacarnos el sombrero ante el equipo que trabajó en Fogo e, igualmente, ante las autoridades canadienses que estuvieron dispuestas a escuchar a la población y ayudarla con el tipo de desarrollo que quería.

Éstas y otras experiencias similares de desarrollo son importantes porque muestran que la esencia de la participación y movilización de la población es el intercambio de conocimiento y de ideas entre los pobladores y entre ellos y los trabajadores de desarrollo a través de procesos de comunicación. Dicho intercambio de conocimiento implica un intercambio entre iguales en la comunicación: por un lado, los especialistas técnicos y las autoridades se enteran de las necesidades y posibilidades de los pobladores, tal como éstos las perciben y, por otro lado, los pobladores se enteran de las ideas de los especialistas y las autoridades. Al fin y al cabo, el propósito del intercambio de información es ayudar a que las personas desarrollen la capacidad de asumir un mayor control de su entorno, agricultura, salud, hábitat, tamaño familiar y demás factores cruciales para la calidad de vida.

Las funciones de la comunicación para el desarrollo

En términos prácticos, la comunicación para el desarrollo tiene tres componentes distintos, pero relacionados: la comunicación social, la comunicación educacional y la comunicación institucional.

La comunicación social

En la comunidad, la comunicación social fomenta el diálogo, la reflexión, el análisis participativo de situaciones, la creación de consenso, la toma de decisiones y la planificación de acciones de cambio y desarrollo. Es esencialmente el proceso de movilizar a individuos y comunidades y ayudarlos a adquirir el discernimiento y la confianza necesarios para abordar sus problemas. También se utiliza para el monitoreo y la evaluación participativa. Puede usar medios audiovisuales para estimular el proceso de debate grupal y para registrar los resultados, pero también se puede llevar a cabo con materiales auxiliares tan sencillos como un rotafolio para ayudar a las personas a visualizar y llevar un registro del debate a medida que avanzan. Los servicios de los medios masivos pueden apoyar el proceso, e incluso formar parte de él, especialmente cuando son de origen local. Los medios tradicionales, tales como el teatro, la música y la danza, también se pueden utilizar provechosamente.

La comunicación educacional

La comunicación educacional se utiliza para ayudar a las personas a adquirir los conocimientos y habilidades que necesitan para poner en acción las decisiones de cambio y desarrollo. Toma el contenido educacional de los especialistas y lo presenta en diversos medios, especialmente usando la tecnología audiovisual, para ayudar a la gente a comprender, aprender y recordar. Es un elemento fundamental en los programas de capacitación de todo nivel.

La comunicación institucional

La comunicación institucional crea los flujos de información en y entre todos los socios de una acción de desarrollo, tales como las entidades del gobierno, las organizaciones paraestatales, las ONG y las comunidades. El objetivo es mejorar la coordinación y la gestión al generar un consenso entre los diversos socios respecto de los objetivos, actividades y avance del proyecto. Dicho consenso es la base de un buen trabajo de equipo.

Es necesario dejar sentado que, pese al creciente uso de la palabra "comunicación" en muchos países para referirse a las funciones de prensa y relaciones públicas de una empresa o institución, los conceptos de comunicación que presentamos aquí no tienen nada que ver con la creación de una imagen institucional. Dicho eso, podemos concluir con una definición:

La comunicación para el desarrollo es el uso de los procesos, técnicas y medios de comunicación para ayudar a las personas a tomar plena conciencia de su situación y de sus opciones de cambio, para resolver conflictos, para trabajar hacia un consenso, para ayudarlas a planificar acciones de cambio y desarrollo sostenible, a adquirir los conocimientos y habilidades que necesitan para mejorar su condición y la de la sociedad, y para mejorar la eficacia de las instituciones.

Fraser, Colin y Restrepo-Estrada, Sonia (1998). Extracto de "Why Communication?" en Fraser, C. y Restrepo-Estrada, S. *Communicating for Development: Human Change for Survival.* London and New York, I. B. Tauris. Reproducción autorizada por los autores.

Teorías y modelos de cambio de comportamiento

Extracto de *Una evaluación crítica de las teorías/modelos utilizados en la comunicación en salud para el VIH/SIDA*

Collins O. Airhihenbuwa y Rafael Obregón

os modelos de cambio de comportamiento usados normalmente para guiar los programas de comunicación en salud son los mismos en que se inspiran los programas de fomento de la salud. Entre las teorías y modelos más importantes se encuentran el modelo de creencias de salud, la teoría de la acción razonada, la teoría de aprendizaje cognitivo-social, la difusión de innovaciones y el *marketing* social (Glanz y Rimer 1995).

El modelo de creencias de salud (MCS) (Becker 1974) se elaboró en la década de 1950 para predecir las respuestas individuales y la utilización de los servicios de evaluación y otros servicios de salud preventiva. Según este modelo, la respuesta y la utilización de los programas de prevención de enfermedades dependerán de la percepción de una persona acerca de la gravedad de la enfermedad, la severidad de la enfermedad, el beneficio percibido de los servicios y las barreras al acceso a dichos servicios.

> «En general, el MCS es un modelo racional cognitivo y supone una persona responsable de tomar decisiones que sea "racional". Los adolescentes, en su mayoría, y muchos adultos, no parecen afrontar el

tema del SIDA desde dicha perspectiva lógica, pero sí parecen bastante capaces de descartar los riesgos y percibirse a sí mismos como invulnerables al daño» (Freimuth 1992).

La teoría de la acción razonada (Fishbein y Ajzen 1975) predice el comportamiento individual por medio de un análisis de las actitudes, creencias, intenciones de comportamiento y actos expresados que se han observado. En esta progresión lineal de actitud a acción, la intención de una persona determinará un comportamiento dado. Esta teoría también supone que las personas son racionales en su proceso de toma de decisiones, «un presupuesto que podría no ser completamente pertinente a los comportamientos relacionados con el SIDA, en los que las emociones influyen enormemente» (Michal-Johnson y Bown 1992). Más aún, las personas evalúan la información que podría devenir en una acción en el marco de las limitaciones externas, que también son mediadas por las relaciones de poder en una sociedad (Yoder 1997).

La teoría de aprendizaje cognitivo-social (Bandura 1986) postula que el comportamiento individual es el resultado de la interacción entre cognición, comportamiento, ambiente y fisiología. Los dos conceptos usados más extensamente en los programas de VIH/SIDA son el aprendizaje por observación (la imitación del comportamiento de un ejemplo/modelo a seguir) y la autoeficacia (la percepción de poder adoptar un comportamiento recomendado). Aunque se considera que este modelo es muy útil en las campañas de comunicación del VIH/SIDA en Estados Unidos (Freimuth, Maibach y Flora 1993) se cuestiona su pertinencia en culturas en las que las decisiones individuales son el resultado de las normas del grupo, por lo cual actuar de manera individualista va contra ellas. Después de todo, la teoría de aprendizaje cognitivo-social es un modelo psicológico individual del cambio de comportamiento (Yoder, Hornik y Chirwa 1996). Bandura propugna la necesidad de centrarse en la eficacia colectiva.

La *difusión de innovaciones* (Rogers 1983) se centra en el proceso de comunicación mediante el cual las personas de una población dada llegan a conocer y utilizar una idea nueva o un producto nuevo. Dos principios importantes de la difusión de innovaciones utilizados extensamente en las campañas contra el SIDA son la toma de conciencia del VIH y el uso de líderes de opinión para influir en las actitudes y comportamientos (Freimuth 1992, Rogers). «Se ha criticado a la *difusión de innovaciones* por ser demasiado lineal, por tener un sesgo a favor de la innovación y por aumentar la brecha entre "los que tienen" y "los que no tienen" la información en un sistema social. Esta brecha efectivamente se ha observado en la toma de conciencia y conocimiento del SIDA» (Freimuth), dada la correlación positiva entre el conocimiento del VIH y el nivel de educación. Pero, aun a pesar de sus limitaciones, el uso de líderes de opinión para ayudar a dar forma a estrategias culturalmente apropiadas es un componente de la difusión de innovaciones con posibilidades para las comunicaciones sobre el VIH/SIDA. Esto es particularmente importante porque el contenido (centrado en la interpretación comunitaria del significado de la enfermedad en lugar de una teoría impuesta sobre los gérmenes), el contexto (relaciones y negociación en familias y comunidades) y el lenguaje (códigos de elasticidad en el uso) de la comunicación serán un factor en el resultado de la prevención y tratamiento del VIH/SIDA. Según Soola (1991), un «comunicador africano no necesita preocuparse por los aspectos estrictamente técnicos de la información sobre el SIDA (por lo menos no para 80 por ciento de su audiencia) debido al efecto no beneficioso de dicha información para la gran mayoría de su público». De hecho, Green (1999), sobre la base de su trabajo de campo en África, ha presentado una teoría de curación tradicional africana de la enfermedad que se funda en códigos culturalmente definidos y cuyo significado es similar a los de Occidente.

El *marketing* social es un método organizado para promover la aceptabilidad de una idea social. Las cuatro "P" del *marketing* social —producto, precio, plaza y promoción— se han aplicado extensamente en la prevención del VIH/SIDA por medio de la promoción del uso de condones. Una quinta "P" se ha añadido recientemente para indicar el "posicionamiento" respecto del reconocimiento de otras campañas sobre el mismo tema en la misma ubicación. Entre las críticas al uso del *marketing* social para el VIH/SIDA están las inquietudes éticas (Guttman 1997b), dado que a veces utiliza la manipulación, tal como el miedo, para promover el uso de condones. «Recurrir al miedo enfatiza las consecuencias dañinas que sufrirán los receptores del mensaje si no adoptan las recomendaciones de la fuente» (Dillard y otros 1996). Más aún, también se considera que el *marketing* social emplea una solución simple (tal como la distribución de condones) a un problema complejo, ya que no aborda las condiciones sociales que causan la propagación del VIH (Freimuth). El *marketing* social se dirige únicamente al comportamiento individual y «por consiguiente, reduce los temas de salud pública a problemas a nivel individual y define soluciones en el marco de modelos "deficitarios de información"» (Guttman 1997a). «Cómo se habla sobre el SIDA, cómo se asignan los recursos, a quiénes se define como parte de los "grupos de riesgo" y quién toma las decisiones sobre el SIDA son preguntas que destacan la conexión inseparable entre el SIDA y el poder en la sociedad» (McAllister 1992). En cuanto a las limitaciones del *marketing* social, la evaluación de Smith (1998) indica que el *marketing* social de productos se ha utilizado y alabado extensamente, mientras que se ha dedicado poco esfuerzo al *marketing* social de comportamientos (el uso del *marketing* social para cambiar y mantener el cambio de comportamiento), y casi nada se ha hecho en el área de *marketing* social de políticas (el uso del *marketing* social para influir en las políticas de apoyo a la investigación del VIH y de protección a las personas que viven con VIH/SIDA).

El modelo de creencias de salud y otros modelos y teorías con principios similares se diseñaron para abordar la prevención en salud desde una perspectiva individual, lineal y racional. Aunque estas teorías y modelos han resultado eficaces en ciertas sociedades para abordar ciertas enfermedades, parecen ser inadecuados para comunicar mensajes de prevención y tratamiento del VIH/SIDA en África, Asia, América Latina y el Caribe. Más aún, los supuestos (tal como el individualismo frente al colectivismo) sobre los cuales se basan estas teorías y modelos son ajenos a muchas culturas no occidentales donde se han utilizado estos modelos/teorías para guiar las estrategias de comunicación sobre la prevención y el tratamiento del VIH/SIDA. «No debemos esperar que estos modelos sean productivos para explicar el comportamiento en contextos sociales donde el conocimiento del mundo a través del sentido común toma una forma muy diferente» (Yoder).

Las teorías y modelos aplicados a programas de prevención del vih/sida

Las teorías, modelos o marcos se diseñan para guiar la implementación y evaluación de programas en el curso de ciertos procesos que se considera que producirán determinados resultados. Aunque los trabajadores de campo implementen los programas sin derroteros expresos de modelos y teorías, están guiados por conjuntos de supuestos que forman los cimientos sobre los cuales se basan las ideas, el financiamiento y la evaluación positiva del resultado de dichos proyectos. Al evaluar la dependencia continua de la psicología social que muestra la comunicación en salud, Lievrouw (1994) comenta:

> «Aunque no cabe duda de que los "clásicos" de la teoría social-psicológica son pertinentes para la comunicación en salud y de que han sido herramientas exploratorias valiosas, no obstante dejan ciertas premisas básicas intactas. La principal entre ellas es el presupuesto de que la comunicación en salud se trata mayormente de la interacción entre "fuentes" de mensajes institucionales (por ejemplo la investigación médica, los profesionales, el gobierno,

las fundaciones) y "receptores" individuales (por ejemplo pacientes, sus familias, niños escolares, empleados)».

Más aún, estas teorías y modelos de cambio de comportamiento en salud, tales como la teoría del aprendizaje cognitivo/social y la jerarquía de efectos, se basan en la psicología individual (Yoder, Hornik y Chirwa 1996) y no en *locus* de decisión familiares, grupales o comunitarios. Esta aplicación de modelos individuales y psicológicos en contextos donde las decisiones se toman a partir de normas y procesos grupales llevó a Yoder y otros a cuestionar las alegaciones hechas por los investigadores acerca del impacto en el comportamiento que tuvo la exposición a un programa de radionovela sobre la educación sobre el VIH/SIDA en países africanos.

Las teorías basadas en el individuo, que pueden ser eficaces y trascendentes en un contexto occidental, tienen menos pertinencia en culturas de idiosincrasia colectiva en Asia, África, América Latina y el Caribe. En estas regiones, la familia y la comunidad son más medulares para la construcción de la salud y el bienestar que el individuo, aunque el individuo sea reconocido siempre como parte importante del contexto cultural.

En estas culturas, también es menos probable que el individuo se exprese y articule su nivel de bienestar desde la perspectiva del "ego" (el "yo"). El nivel de bienestar de la familia y la comunidad regula cómo los individuos miden su estado de salud. Más aún, las teorías y modelos basados en la medición de cómo se siente el individuo —por ejemplo me siento bien acerca de mí mismo— jamás captarían el *locus* de control de la salud en muchas sociedades porque dicho control se encuentra en un lugar fuera del yo. En esta idiosincrasia colectiva, los individuos no siempre están acostumbrados a expresar sus actitudes y creencias a través de los descriptores enfáticos usados a menudo en los instrumentos de sondeo de las ciencias sociales, como "absolutamente de acuerdo" o "absolutamente en desacuerdo". Más aún, hacerlo en este tipo de contexto cultural se consideraría irrespetuoso. Sin embargo, los instrumentos diseñados para medir el comportamiento en salud —la autoeficacia, por ejemplo— a menudo se presentan como un *continuum* con dos extremos (absolutamente de acuerdo o absolutamente en desacuerdo) en culturas donde tales mediciones no sólo son irrelevantes, sino que se podrían considerar ofensivas. Para captar la complejidad del contexto en el que el individuo forma parte de un todo, se necesita un marco que resalte el componente de un contexto en el que la cultura es un tema medular y organizador (Su 1994, Airhihenbuwa 1995).

La parcialidad profesional y cultural del planteamiento occidentalizado en la comprensión del yo hace que los hallazgos de gran parte de la investigación de las ciencias sociales y conductuales en África, Asia, América Latina y el Caribe sean debatibles. Por ejemplo, se pueden apreciar las diferencias entre lo centrado en el individuo y lo centrado en la familia y la comunidad al analizar las diferencias culturales de los saludos cotidianos. Saludos como "¿cómo te sientes hoy?" podrían provocar una gama de respuestas que captan cómo se siente realmente un occidental en un día dado, desde "me siento bien" a "fantástico" y "excelente". El mismo saludo entre los yorubas o los igbo de Nigeria casi nunca provoca un estado de sentirse "fantástico" o "excelente", aunque así se sienta el individuo. Una respuesta común indefinida sería, más bien, "bien" o "demos gracias al Todopoderoso". Esa respuesta es coherente con los valores y significados culturales que fomentan y premian una expresión mesurada del propio bienestar.

El acervo de la psicología social se basa en los comportamientos de las personas en las culturas occidentales. Según Triandis (1994), la cultura es la parte del entorno hecha por el hombre y, por lo tanto, la cultura es el intento de un grupo de controlar su entorno. Por ende, la relación entre el individuo y su entorno es unidireccional, donde el individuo siempre es el que da forma al entorno y nunca al

revés. Por consiguiente, las mediciones de la adquisición de habilidades y de la autodeterminación se basan en la percepción del individuo de su propia habilidad de controlar su entorno. Por lo tanto, controlar el propio entorno es un tema medular en los conceptos occidentales de la cultura, un concepto que desdeña otras realidades culturales, como la armonía con la naturaleza o la adaptación al propio entorno. Si controlar el entorno es la *raison d'être* de las culturas, entonces la incapacidad de controlar el propio entorno sugiere una retrogresión, una barrera que se debe superar. Es así que el término "barreras culturales" (jamás "fortalezas culturales") se vuelve una expresión común en ese discurso.

Si se aplica a la comunicación en salud, las limitaciones se vuelven evidentes rápidamente. Por ejemplo, las complejidades culturales de acatar los mensajes de los medios respecto de las enfermedades de transmisión sexual rara vez se cuestionan. Pero la exhortación a la negociación sexual en el momento de contacto inicial entre dos personas que están a punto de tener relaciones sexuales contradice la mayoría de los comportamientos culturalmente aceptables. Dos personas que están a punto de iniciar relaciones sexuales generalmente evitan hablar sobre su pasado sexual hasta que se sientan más cómodas una con la otra, y para entonces normalmente ya ocurrió el acto sexual (Pliskin 1997). En este caso, el comportamiento sexual antecede al conocimiento sexual, por lo menos en el contexto de las relaciones, lo cual es a menudo la base de la mayoría de las intervenciones para evitar el VIH/SIDA. Esta realidad de "el comportamiento sucede primero" hace que el modelo lineal de que el conocimiento conduce a una actitud y a un comportamiento se oponga a lo intuitivamente previsible en el contexto de las relaciones y la cultura.

Contextos culturales y el vih/sida

Muchos creen que la cultura, a menudo designada como un colectivo exótico, existe sólo en las poblaciones de África, Asia y América Latina y en sus descendientes en diáspora. Según Yoder, las creencias a menudo se usan como representantes de la cultura, de modo que las creencias y conocimientos sobre una enfermedad se convierten en el objetivo de mensajes e intervenciones "culturalmente apropiados". De hecho, el término *creencia* frecuentemente se contrasta con conocimiento, de modo que «se usa creencia para connotar ideas que son erróneas desde la perspectiva de la biomedicina y que constituyen obstáculos para un comportamiento apropiado» (Pelto y Pelto 1997). Por lo tanto, cuando "cultura" y "creencia" se unen como "creencia cultural", la designación biomédica negativa resultante del término se hace evidente. Por consiguiente, la cultura se convierte en objeto y se considera que es poseída por personas no occidentales, identificable únicamente a través de la investigación. Un ejemplo de esto se halla «en las campañas de educación en salud que buscan información sobre expresiones locales que comuniquen mejor los mensajes de salud» (Yoder). Por consiguiente, se razona que las prácticas o comportamientos individuales hallados en estos grupos se pueden designar como culturales y, a menudo, como barreras. En consecuencia, "barrera" a menudo se convierte en la metáfora acoplada a cultura.

Hay tres temas principales que caracterizan las percepciones respecto de estos conceptos de cultura. En primer lugar, la cultura es un *artefacto histórico fosilizado*, que conduce a definiciones como «la cultura es a una sociedad lo que la memoria es a los individuos» (Kluckhohn 1954). En segundo lugar, la cultura es el aspecto observable del comportamiento individual que se entiende mejor si se localizan los comportamientos (particularmente aquellos que no son familiares) en las creencias individuales. Dichas creencias se diferencian del conocimiento puesto que el modelo CAPC (conocimientos, actitudes, prácticas y co mportamientos) coloca estas áreas en ubicaciones separadas en un *continuum* paralelo. Las

creencias y los conocimientos, por tanto, se conceptualizan como un binarismo, y las creencias invariablemente se convierten en el código que representa a la cultura (Good 1994), una barrera que se debe superar. Por ejemplo, si aprendiste de tu abuela que la sopa de pollo hace bien para el resfriado común, es una "creencia cultural". Sin embargo, si te enteraras de la misma información de salud por un médico, es "conocimiento". Un tercer tema es que la cultura es la capacidad de las personas de *controlar/dominar* su entorno. De este modo, la carga de la responsabilidad recae en el individuo. El supuesto es que todos desean cambiar y son capaces de cambiar su entorno según sus necesidades. Cada una de estas áreas es un aspecto de la cultura.

Para algunos teóricos, la cultura es de donde evoluciona la sociedad en el proceso de desarrollo, es decir, de modernización. La modernización y la cultura a menudo se colocan en dos extremos opuestos del espectro. Dado este concepto empobrecido de la cultura, «parece urgente que nos concentremos en estudios de la distribución del significado en el espacio social y en buscar fuentes sociales de diversidad y heterogeneidad, en lugar de centrarnos exclusivamente en el intercambio cultural, la uniformidad y la homogeneidad» (Bibeau 1997).

Las culturas occidentales, en distintos grados, tienden a ver el yo como un producto del individuo, mientras que muchas otras culturas ven el yo como un producto de la familia, la comunidad y otras influencias ambientales sobre las que no tenemos ni deseamos tener control total. Crawford (1994) considera que «el meollo de la política cultural del SIDA es una polémica sobre el significado del yo». Gran parte de esta polémica se refiere a la definición y conceptuación de las personas con SIDA y quienes son VIH+ como "los otros". En su sentido más fundamental, la salud se asocia a quienes no están infectados con VIH y la insalubridad a quienes están infectados con VIH. «La identidad que el VIH/SIDA connota es la del otro percibido no sólo como un peligro físico, sino también como una identidad igualmente amenazadora y peligrosa».

La política cultural del SIDA ha causado la movilización de muchas de estas facetas de la cultura, con diversos grados de éxito. La movilización de los etnógrafos para estudiar estos mismos grupos de riesgo ha ejercido una función reduccionista en lo que se refiere a cómo se entiende y conceptualiza la cultura. «A pesar de su intención de romper con los modelos dominantes en la salud pública, la mayoría de los antropólogos no están realmente dispuestos a distanciarse de la metodología y manera de teorizar lo que se percibe como la "verdadera" ciencia en la salud pública» (Bibeau). Este problema se hace evidente en la tendencia a crear categorías epidemiológicas, lo cual reduce la cultura a identificaciones de prácticas de salud negativas individuales en un subgrupo de la población, posteriormente generalizadas, convirtiéndose en la definición de la cultura del grupo más amplio.

En los estudios respecto de la sensibilidad cultural, es raro encontrar la palabra "fortaleza" unida al concepto de cultura, mientras que "barrera cultural" se cita comúnmente como el motivo del fracaso de los programas de fomento y comunicación en salud y en salud pública. Por ejemplo, algunos programas de comunicación en salud y de fomento de la salud implementados en África han tendido a subvaluar la importancia de la comunicación oral como género. Esto es consecuente con la exaltación académica de los modos de comunicación escritos y visuales (diapositivas y transparencias) como si fueran los únicos estándares aceptables. Por ejemplo, el canal de comunicación tradicional que Ugboajah (1987) llama "oramedia" continúa siendo poderoso en el África rural (Soola).

Al igual que otros, tenemos la convicción de que la sensibilidad cultural es parte medular de la

teoría y la práctica de la comunicación en salud y el fomento de la salud y abogamos por que sea así. Esta posición es evidente en los modelos culturales como el PEN-3 (Airhihenbuwa), un modelo utilizado en el fomento de la salud y la prevención de enfermedades (Edwin y Spatz 1996, Paskett y otros 1999, Green y Kreuter 1999, Kline 1999). En este modelo, la idoneidad cultural en el fomento de la salud se refiere no sólo al individuo, sino también al contexto en el que se cría y desarrolla el individuo y su familia y comunidad. Se evalúan los atributos que son positivos, existenciales y negativos en dicho contexto. Es importante fomentar lo positivo, reconocer y afirmar lo existencial, y contextualizar lo negativo, de modo que los costos y beneficios de oportunidad del cambio se comprendan y aprecien. Respecto de las estrategias de comunicación para la prevención del VIH en el contexto africano, por ejemplo, la segmentación de mensajes es crucial para llegar a una población que tiene modos diversos de producir y adquirir información y conocimiento. «En las sociedades tradicionales, como son la mayoría de las sociedades africanas, la necesidad de segmentar los públicos, los mensajes y los canales es importante, tomando en cuenta el alcance y la influencia de los distintos canales de comunicación y la capacidad de absorción de los distintos segmentos de la población» (Soola).

Bibliografía citada

Airhihenbuwa, C. O. (1995). *Health and Culture: Beyond the Western Paradigm*. Thousand Oaks, California, Sage Publications.

Airhihenbuwa, C. O.; DiClemente, R. J.; Wingood, G. M. y Lowe, A. (1992). "HIV/AIDS education and prevention among African-Americans: A focus on culture" en *AIDS Education and Prevention*, 4.

Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.

Becker, M. H. (1974). "The health belief model and personal health behavior" en *Health Education Monographs*, 2.

Bibeau, G. (1997). "At work in the fields of public health: The abuse of rationality" en *Medical Anthropology Quarterly*, 11.

Crawford, R. (1994). "The boundaries of the self and the unhealthy other: Reflections on health, culture, and AIDS" en *So. Sci Med.*, 38.

Dillard, J. P.; Plotnick, C. A.; Godbold, L. C.; Freimuth, V. S. y Edgar, T. (1996). "The multiple affective outcomes of AIDS PSAs: Fear appeals do more than scare people" en *Communication Research*, 23.

Fishbein, M. y Ajzen I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, Massachusetts, Addison-Wesley.

Freimuth, V. S. (1992). "Theoretical foundations of AIDS media campaigns" en Edgar, T.; Fitzpatrick, M. A. y Freimuth, V. S. (eds.) *AIDS: A Communication Perspective*. Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.

Glanz, K. y Rimer, G. K. (1995). *Theory at a Glance. A Guide for Health Promotion Practice*. U. S. Department of Health and Human Services. PHS, NIH.

Good, B. J. (1994). *Medicine, Rationality, and Experience*. Cambridge, U. K., Cambridge University Press.

Green, E. C. (1999). *Indigenous Theories of Contagious Disease*. Thousand Oaks, California, AltaMira Press.

Green, L. W. y Kreuter, M. W. (1999). *Health Promotion Planning: An Educational and Ecological Approach*. Mountain View, California, Mayfield Publishing.

Guttman, N. (1997a). "Beyond strategic research: A value-centered approach to health communication interventions" en *Communication Theory*, 7.

Guttman, N. (1997b). "Ethical dilemmas in health campaigns" en *Health Communication*, 9.

Kline, M. V. (1999). "Planning health promotion and disease prevention programs in multicultural populations" en Huff , R. M. y Kline, M. V. (eds.) *Promoting Health in Multicultural Populations: A Handbook for Practitioners*. Thousand Oaks, California, Sage Publications.

Kluckhohn, C. (1954). "Culture and behavior" en Lindzey, G. (ed.) *Handbook of Social Psychology*, Vol. 2. Cambridge, Massachusetts, Addison-Wesley.

Lievrouw, L. A. (1994). "Health communication research reconsidered: Reading the signs. A review essay" en *Journal of Communication*, 44.

Maibach, E. y Flora, J. A. (1993). "Symbolic modeling and cognitive rehearsal: Using video to promote AIDS prevention self-efficacy" en *Communication Research*, 20.

McAllister, M. P. (1992). "AIDS, medicalization, and the news media" en Edgar, T.; Fitzpatrick, M. A. y Freimuth, V. S. (eds.) *AIDS: A Communication Perspective*. Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.

Michal-Johnson, P. y Bowen, S. P. (1992). "The place of culture in HIV education" en Edgar, T.; Fitzpatrick, M. A. y Freimuth, V. S. (eds.) *AIDS: A Communication Perspective*. Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.

Paskett, E. D.; Tatum, C. M.; D'Agostino, R. J.; Rushing, R.; Velez, R. Michielutte y Dignan, M. (1999). "Community-based interventions to improve breast and cervical cancer screening: Results of the Forsyth County Cancer Screening (FoCaS) Project" en *Cancer Epidemiology, Biomarkers & Prevention*, 8.

Pelto, P. J. y Pelto, G. H. (1991). "Studying knowledge, culture, and behavior in applied medical anthropology" en *Medical Anthropology Quarterly*, 11.

Pliskin, K. L. (1997). "Verbal intercourse and sexual communication: Impediments to STD prevention" en *Medical Anthropology Quarterly*, 11.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. New York, The Free Press.

Smith, W. (1998). "Social marketing: Three approaches to HIV/AIDS prevention". Presentado en Fogarty Workshop on International HIV/AIDS Prevention Research Opportunities. San Francisco, April 18.

Soola, E. O. (1991). "Communication and education as vaccine against the spread of Acquired Immune Deficiency Syndrome (AIDS) in Africa" en *Africa Media Review*, 5 (3).

Su, S. (1994). "Instrumentation, measurement and evaluation strategies" en *The Implications of Cultural Values, Beliefs, and Norms for Health Research: A Methods Conference*. Milwaukee, University of Milwaukee.

Triandis, H. C. (1994). *Culture and Social Behavior*. New York, McGraw-Hill.

Yoder, P. S. (1997). "Negotiating relevance: Belief, knowledge, and practice in international health projects" en *Medical Anthropology Quarterly*, 11.

Yoder, P. S.; Hornik, R. y Chirwa (1996). "Evaluating the program effects of a radio drama about AIDS in Zambia" en *Studies in Family Planning*, 27 (4).

Airhihenbuwa, Collins O. y Obregón, Rafael (2000). "A Critical Assessment of Theories/Models Used in Health Communication for HIV/AIDS" en *Journal of Health Communication*, Vol. 5. Supplement Taylor and Francis Ltd. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Investigación sobre la comunicación y el desarrollo sostenible en África: la necesidad de una perspectiva nacionalizada

Francis B. Nyamnjoh

ntroducción

Durante más de tres décadas África ha tratado de construir "Estados-nación" y seguir el camino hacia el desarrollo trazado por la experiencia occidental. Se ha persuadido a los líderes poscoloniales del continente con argumentos que presentan al Estado-nación como la única forma de unidad política "reconocida" y "permitida" en el mundo moderno (Smith 1986, Deutsch 1969, Wallerstein 1964) y a la modernización como la única la ruta hacia el desarrollo. Hoy en día, los investigadores sostienen unánimemente que los intentos de los estados africanos de construir Estados-nación o desarrollarse *à l'européenne* ha tenido poco éxito en el corto plazo (aunque cada escuela de pensamiento plantee diferentes razones para el fracaso) y, dadas las tendencias actuales, no hay indicios de que algo cambiará en el largo plazo. Este trabajo examinará el vínculo entre el avance del desarrollo y la investigación sobre la comunicación. Para hacerlo correctamente tratará, en primer lugar, de explicar por qué no se ha logrado el desarrollo pese a múltiples esfuerzos, y de analizar cuáles tipos de investigación han fracasado en su intento por inspirar el desarrollo en el continente.

El presente aporte resalta y analiza dos factores responsables de la incapacidad, tanto de la investigación sobre la comunicación para el desarrollo como del desarrollo mismo, de lograr un impacto positivo y sostenido en África en los últimos 40 años. El primer factor es que el continente se ha apoyado en una idea del desarrollo y una agenda para el desarrollo que son ajenos a la mayoría de su gente, tanto por su origen como por sus objetivos, y que no siempre se han enfocado en temas apropiados o de la manera apropiada. El segundo factor es que los investigadores de la comunicación para el desarrollo han utilizado técnicas de investigación diseñadas para responder a las necesidades de las sociedades occidentales, que no siempre se adecuan a las culturas africanas o a las sociedades que son mayormente rurales o analfabetas. Esto significa que gran parte del tiempo los teóricos de la comunicación han estado formulando preguntas completamente equivocadas o haciendo las preguntas correctas a las personas equivocadas. Este trabajo busca establecer hasta qué punto los investigadores de la comunicación y los medios han confabulado intencionalmente en favor de la modernización, tratando de convencer a la gente local de que es el valor central, de que es lo que les conviene y de que es lo correcto. Postula que muchas veces los teóricos de la comunicación han sido utilizados, pero no han tenido la independencia económica ni cultural suficiente como para fijar agendas propias al servicio de las masas africanas.

Las agendas externas para el desarrollo a menudo han establecido un sentido inapropiado de los problemas. Una buena comunicación se ha presentado como un medio que permite romper barreras (actitudes y prácticas, costumbres, tradiciones y filosofías atrasadas) a través del conocimiento. Pocas veces se pregunta de *quién* es el conocimiento y con *qué* propósito. Se presume que nunca puede haber una transmisión de conocimiento incorrecto (inapropiado, no deseado o no solicitado) a través de los

agentes de la modernización en los medios. Pocos se preguntan si el conocimiento es correcto, ya que los gobiernos y las entidades de desarrollo tienen la misma idea: que ellos saben mejor que nadie cuáles son los problemas de la gente y cuáles las soluciones indicadas. Poca o nula atención se ha prestado a los antecedentes o al conocimiento comunitario o a la necesidad de participación local activa en la concepción, diseño y ejecución de los proyectos de desarrollo. Hoy en día, aunque algunos sostienen que la situación ha mejorado, la actitud todavía es una de procedencia externa y de saber qué es lo mejor en cuestiones de desarrollo local. Nada parece provenir de las bases o de la investigación sobre el ámbito local.

Por ello, no es de sorprender que los proyectos de desarrollo hayan resultado desastrosos año tras año durante cuatro décadas y que, desde cualquier ángulo, los africanos estén peor ahora que en la década de 1950. La búsqueda de la modernización y las estrategias de desarrollo concordantes del Banco Mundial y el FMI se han mostrado inapropiadas en África. Se ha sostenido incluso que han servido de pretexto para la penetración occidental y la explotación. La idea del desarrollo sostenible es otra iniciativa del Banco Mundial. ¿Qué motivo hay para sentirse optimista de que las cosas vayan a resultar esta vez? Sobre todo cuando, analizado en detalle, toda la idea del desarrollo sostenible no es más que la teoría de la modernización disfrazada. Por un lado, la agenda todavía está determinada por "expertos" externos, lo que significa que las poblaciones objetivo pueden no tener la oportunidad de examinarla y priorizarla. El desarrollo sostenible enfatiza los efectos a largo plazo y cómo trabajar para garantizar el éxito y la rendición de cuentas, pero nada dice sobre el *porqué* de todo esto.

Aquí el supuesto de base, al igual que en la teoría de la modernización, es que las personas modernas o abiertas al cambio actúan de manera racional e informada y que el éxito es el resultado inevitable de una planificación cuidadosa. Este método "racionalista y positivista" en el que todo se puede medir y en el que se elimina la incertidumbre, no refleja la vida real. Ésos evidentemente son los estándares del Banco Mundial para medir el éxito de la lucha contra la pobreza. No sólo existe la posibilidad de que se midan las cosas equivocadas (como ha sucedido muchas veces en el caso de la modernización), sino que está implícita la presunción de que si el desarrollo sostenible no se llegase a materializar, su fracaso se deberá a la incapacidad de la gente retrógrada de liberarse de las costumbres restrictivas y creencias falsas y de adoptar la cultura racional, la mejor forma de manejar el cambio social. En este sentido, Summers y Thomas (1993) argumentan a favor del Banco Mundial y el FMI que «las naciones moldean su propio destino» y que «el fracaso del desarrollo normalmente se debe a políticas nacionales inadecuadas, más que a un ambiente externo desfavorable».

Teoría de la modernización y desarrollo en África

Tal como han señalado Laburthe-Tolra y Warnier (1993), tras la Segunda Guerra Mundial se hizo evidente la brecha entre los países industrializados ricos, en rápido crecimiento, y los países del Tercer Mundo, enterrados en su pobreza y subdesarrollo. Los sociólogos occidentales supusieron que el éxito de los países occidentales se debía al proceso de modernización. Los teóricos occidentales entendieron la modernización como un proceso de cambio hacia los tipos de sistemas sociales, económicos y políticos que se desarrollaron en Europa Occidental y Norteamérica entre los siglos XVII y XIX, que posteriormente se extendieron a otras regiones del mundo. Según esta definición, la modernización abarca todos los aspectos de la existencia: las organizaciones sociales y políticas, la familia, el parentesco, los sistemas de creencias y la economía. Tiene un modelo original: el de Europa y Norteamérica. Este modelo se consideró producto de la racionalidad científica, como parte de la herencia de un siglo de

Ilustración y por ello es percibido como universal. En consecuencia, es posible extenderlo más allá de la civilización en la que fue concebido. Promete ser la única forma racional, *la mejor forma* y, por tanto, la forma universal de hacer cualquier cosa. Generalmente se piensa que el modelo de la modernización se está difundiendo más allá de su área de origen gracias a su racionalidad científica, que se impone sobre civilizaciones particulares fundadas en otros sistemas de pensamiento que son descritas como "precientíficos", "prelógicos" o simplemente "irracionales" (Lerner 1958). La modernización es vista entonces como un compresor gigante que busca aplastar cualquier otra civilización para reducirla al modelo occidental industrializado. De allí proviene la convicción de Lerner de "lo que es Occidente" o "lo que son los Estados Unidos": aquello en lo que las naciones emergentes desean convertirse. Es por eso que la teoría de la modernización también se llama *la teoría de la convergencia de las civilizaciones*, dado que se considera que todas las demás civilizaciones se están acercando hacia el modelo único, razonamiento que está muy sintonizado con la creencia colonial dominante de que «la civilización europea era la culminación de todo el progreso humano, y que los países africanos nuevos no podrían tener un mejor modelo y no tendrían por qué buscar otro» (Ajayi 1966). La modernización también es vista como un proceso de cambio e innovación, donde lo nuevo en la sociedad se percibe como progreso. Una sociedad moderna es una que mira hacia el futuro, no hacia el pasado.

Por ello, para los teóricos de la modernización, que consideran que la sociedad puramente participativa es más o menos utópica, lo más apropiado es que las sociedades occidentales, que son además las más modernas, sean los modelos o ejemplos para los países emergentes. La occidentalización es, entonces, su receta para las dificultades de desarrollo en África. Al suponer que hay un sólo camino válido hacia el desarrollo, estos teóricos indican que los problemas de inestabilidad política, pluralismo cultural y subdesarrollo económico en África sólo serán superados a través de la infusión de políticas, instituciones y valores occidentales "racionalistas y positivistas". La única oportunidad para África es tratar de asemejarse a Occidente, dado que la «modernidad, dinamismo y estabilidad tienden a ir de la mano» (Lerner). Para los países africanos adoptar la política, la cultura y la economía de Occidente, tal como sugieren los teóricos de la modernización, implica el riesgo de perder toda la autonomía política, identidad cultural e independencia económica que pudiesen tener. Sin embargo, otros sostienen que la autonomía política, la identidad cultural y la independencia económica son precondiciones necesarias para el verdadero desarrollo.

La ilusión de la modernización

Se pueden formular una serie de críticas a *la teoría de la modernización* para el desarrollo. Esta teoría fue diseñada originalmente para explicar los cambios sociales en Occidente durante el surgimiento del capitalismo. Es etnocéntrica al presumir que las sociedades "tradicionales" van a (y deberían de) converger en las modernas formas occidentales. Como teoría, no corresponde con los hechos empíricos y tiende a confundir tipos ideales con la realidad (Portes 1976).

Lo que critican de la teoría de la modernización (homogeneización) quienes proponen una perspectiva no occidental, es su creencia en la homogeneidad y la búsqueda de la misma, y la presunción explícita o implícita de que otras sociedades deben reproducir los sistemas e instituciones occidentales, sin tomar en cuenta las variaciones contextuales o su factibilidad. Al limitar el concepto del surgimiento de las naciones al nacimiento del capitalismo, los investigadores occidentales han desarrollado conceptos y teorías que proyectan la experiencia europea parroquial (considerada lo "normal") y "reducen" las experiencias de África, Asia y América Latina a las de Occidente (Abdel-Malek 1967). En vez de reestructurar, modificar, enriquecer y remodelar sus

conceptos y teorías para acomodarlas a la amplitud de experiencias y variaciones contextuales del mundo contemporáneo, estos investigadores han preferido salvaguardar la hegemonía intelectual occidental (Abdel-Malek, Portes, Gareau 1987, Riggs 1987). Tal como señala Abdel-Malek, «los orígenes europeos de las ciencias sociales han llevado al eurocentrismo: el mundo concebido como el reflejo de Europa», con el que los demás deben conformarse y donde no se toleran excepciones.

Algunos teóricos africanos destacados, críticos de la teoría de la modernización, han explicado el fracaso de la labor de desarrollo en el continente por su relación con el sistema capitalista y han esbozado «posibles alternativas a los modelos dominantes de desarrollo que se han mostrado inadecuados». Samir Amin señala que tal alternativa se justifica por el hecho de que, dentro del mundo capitalista, África tiene un rol periférico, con acceso limitado o nulo a la toma de decisiones. Aunque la responsabilidad por el fracaso del proyecto de desarrollo africano podría extenderse hasta «las formas brutales y primitivas de saqueo colonial», el África independiente es la responsable de haber seguido las políticas de occidentalización, aunque lo hubiesen hecho siguiendo el «urgente consejo y la aprobación de todos, desde el Banco Mundial hasta organismos de los países occidentales, que hoy denuncian sus resultados desastrosos, aunque éstos hubiesen sido previsibles» (Amin 1987a, 1982).

En vista de la debilidad de África en relación con los centros del capitalismo, y de la imposibilidad de que la democracia exista en estas circunstancias, Amin propone "desvincularse" o reconstruir el mundo siguiendo un sistema social alternativo, iniciado e impuesto por la población africana que, como resultado de su actual subyugación, está posicionada para servir de fuerza motriz de la historia. Los problemas de desarrollo en África son un reto que debe ser enfrentado únicamente por los propios africanos, por medio de la creación de un Estado nacional popular encargado de desvincular «su desarrollo de las exigencias de la transnacionalización» (Amin 1987b). El «desarrollo popular sólo puede ser nacional y centrado en sí mismo» (Amin 1980, 1978). Para asegurar la desvinculación efectiva, el Estado nacional popular tendría que ser fuerte y democrático, capaz de resistir la «presión negativa» del sistema capitalista mundial y sus ramificaciones internas. Ocurre que «el capitalismo dependiente [...] es incapaz de realizar el objetivo de la liberación nacional» (Amin 1980). Muchos teóricos reconocen la necesidad de formar grandes unidades económicas, políticas y militares como la única oportunidad de África para lograr una intervención efectiva en el mundo actual y de ganarse el respeto como verdaderos socios, y exigen romper con «la ideología estrecha de la nación», heredada de la Europa del siglo XIX (Amin 1985, Doumou 1987, Goulbourne 1987, Cobban 1969, Gabou 1987, Hadjor 1987).

El tema de la participación democrática popular como prerrequisito para el desarrollo económico es destacado particularmente por Goulbourne, Hadjor, Nyong'o (1987) y Soyinka (1994). Lamentan que se haya dado tan poca importancia a este asunto en las discusiones generales sobre África. Los gobiernos han priorizado «la redefinición de los métodos de control», en vez de fortalecer la participación activa de la población en los asuntos nacionales y locales. El resultado ha sido un Estado que opera de manera altamente centralizada, autoritaria y restrictiva, con una "presencia excesiva" en casi todas las esferas de la vida social, económica y política (Goulbourne). Este intervencionismo ha dado al Estado una importancia poco sana en el logro de los objetivos de desarrollo del país. Conduce no sólo a la dispersión de energías, sino que la división del trabajo, considerada esencial para el desarrollo, se vuelve imposible, y la eficacia se pierde a medida que el empresario se convierte cada vez más en un político y viceversa. El Estado se torna una amenaza, un gran obstáculo en casi todos los campos de la vida (Goulbourne).

Goulbourne sostiene que muchas veces los gobiernos africanos han justificado la represión con

«argumentos espurios», uno de los cuales aduce que para asegurar «un desarrollo veloz, primero es necesario establecer controles», ya que cualquier diferencia política probablemente distraería la atención del desarrollo, la meta nacional principal. Esta perspectiva da la impresión de que los líderes tenían la intención de enfrentar el tema del desarrollo nacional con total seriedad, por lo que era apropiado «dejar de lado algunos temas menos urgentes». Era un error para un país con recursos limitados «disipar sus energías en darse el lujo de permitir a todos y a cualquiera expresar sus opiniones sobre los asuntos nacionales cuando la tarea de lograr el desarrollo es el proyecto nacional para el cual se luchó por la independencia». Sin embargo, Goulbourne sostiene que la exclusión misma de un «alto grado de participación democrática popular» es un obstáculo para el desarrollo nacional. Si la democracia fuera el problema, su supresión debería de haber traído consigo un desarrollo económico rápido. Soyinka reitera este punto al criticar el «vínculo casi místico» que estos líderes tienden a crear entre los derechos humanos y el desarrollo, atreviéndose a señalar que es inmoral restringirles la ayuda humanitaria sólo porque ellos restringen los derechos de sus ciudadanos. Soyinka compara esta actitud con la de una madre mendiga que «con una mano te extiende la taza de mendigo» mientras que con la otra «golpea brutalmente al desdichado bulto que complementa su propia miseria»; rechaza cualquier afirmación de inocencia de la *intelligentsia* y la acusa de hacer un «ruido conceptual que legitima» la costosa «alienación competitiva» que los líderes africanos imponen a sus pueblos.

Nyong'o critica a los diseñadores de las políticas públicas por no comprender el carácter estructural del contexto nacional e internacional en el que han trabajado durante más de tres décadas y por su rígida supresión de las fuerzas sociales contrapuestas en sus propias sociedades. Independientemente de la dependencia, Nyong'o cree que la falta de rendición de cuentas de quienes ostentan el poder ha exacerbado la ausencia de «una transformación social más positiva y de más procesos de acumulación autocentrados». Él ve una «clara correlación entre la ausencia de prácticas democráticas en la política africana y las condiciones socioeconómicas en proceso de deterioro» y enfatiza la necesidad de un Estado capaz de planificar un desarrollo «con una mirada hacia adentro, centrado en sí mismo y autosuficiente» pero, a su vez, controlado por las fuerzas populares —a las que tiene que rendir cuentas—, que han sido marginadas en el escenario político contemporáneo, pese a su gran aporte a las «luchas nacionales y democráticas por la independencia».

También preocupa cada vez más a los académicos africanos la falta de atención o el enfoque inadecuado que se da a la relación entre la cultura y el desarrollo. Sobre este tema, Ali Mazrui escribe que no sólo ve un vínculo inevitable entre la cultura y el desarrollo en África —especialmente porque los africanos han demostrado que responden mejor a las ideologías *socioculturales* que a las ideologías *socioeconómicas*— sino que sostiene también que en vez de aspirar primero al reino político, como proponía el fallecido Kwame Nkrumah, los africanos «necesitan buscar el reino cultural, con la esperanza de que se le agregue mucho más». Sobre este tema, Nyang sostiene que aunque «la colonización de África fue un gran reto para la autonomía cultural africana», el énfasis puesto por los líderes africanos poscoloniales en la política y su fascinación con todo lo extranjero ha llevado a que «los cambios culturales en muchas sociedades africanas no siempre tengan raíces locales». Concluye que los gobiernos deben demostrar la seriedad de su compromiso «con el desarrollo de sus pueblos, aceptando las culturas locales» y buscando «la nacionalización efectiva y significativa de la teoría y práctica de la modernización».

La investigación sobre la comunicación y el desarrollo sostenible

Según la teoría de la modernización, para que el África tradicional se desarrolle la gente debería

cambiar sus actitudes y formas de ser. Para lograrlo, necesitarían gran cantidad de información y persuasión, que sólo podría lograrse a través de los medios de comunicación de masas, «los grandes multiplicadores de información» (Schramm 1964). Esta concepción del desarrollo dio pie a un tipo de investigación de la comunicación cuyo enfoque principal era la *efectividad* de las técnicas de persuasión, difusión y adopción de innovaciones (Rogers 1962). Los investigadores que han sido influenciados por este enfoque han tendido a ver la estructura social como un obstáculo al desarrollo y a la elite tradicional de poder como los guardianes contra la modernización. Si buscan entender la estructura social de las sociedades que estudian es para determinar cómo mejor reemplazar esa estructura por una "moderna" (Rogers 1973). La mayor parte de los usos dominantes de la comunicación para el desarrollo se han apoyado en gran parte en esta teoría del «cambio inducido exógenamente», que sugiere que las «sociedades estáticas son revitalizadas por las influencias, asistencia técnica, conocimiento, recursos y asistencia financiera y (con ligeras variantes) por la difusión de ideas de origen externo» (Golding 1974).

Algunos ejemplos del uso de las comunicaciones dentro de este esquema han sido objeto de estudio. En 1970, bajo el auspicio de la UNESCO, Díaz Bordenave publicó los resultados de una evaluación crítica de proyectos en 10 países donde se utilizaron diferentes medios de comunicación de masas para promover el desarrollo rural. Los países analizados fueron Colombia, Brasil, India, Senegal, Perú, Irán, Tanzania, Canadá, Tobago y Filipinas. Díaz Bordenave analizó el origen, antecedentes y motivos de cada uno de los proyectos. Descubrió que en ninguno de los 10 casos el pedido de un programa rural de desarrollo que utilice la comunicación había provenido de las poblaciones rurales concernidas. Normalmente se debía a que el gobierno había escogido cierto plan de desarrollo y luego había buscado un lugar y un equipo para llevar a cabo un programa de comunicación destinado a promover su plan. Otra modalidad era que un organismo o grupo internacional tenía interés en una técnica de comunicación o problema de desarrollo vigente y buscaba un país dispuesto a iniciar un programa enfocado en esa técnica o problema. En vista de estas limitaciones, Díaz Bordenave propone que los países y las organizaciones bilaterales e internacionales estudien más exhaustivamente las prioridades generales del desarrollo rural y los recursos de comunicación para determinar dónde son más necesarios los proyectos de comunicación para el desarrollo rural y dónde podrían tener más impacto. En cuanto a los patrocinios, señaló que los organismos de comunicación involucrados en los programas de desarrollo muchas veces estaban más interesados en probar y promocionar herramientas nuevas que en estudiar las necesidades reales de las poblaciones estudiadas. En algunos de los casos analizados los promotores no dedicaron suficiente tiempo a especificar claramente qué querían, y por qué, y por ello les fue difícil prevenir o atenuar diferencias de opinión y expectativas entre los patrocinadores. Una u otra forma de apoyo gubernamental era la regla.

La mayoría de las críticas a las teorías de la comunicación para el desarrollo (véase Servaes 1983, 1986; Servaes y Arnst 1994) son similares a las que se hacen a la teoría de la modernización en general. Su occidentalismo, su falta de perspectiva sobre las dimensiones internacionales tanto de la comunicación como del desarrollo y su énfasis en las actitudes en lugar de en las estructuras que entraña el subdesarrollo han sido duramente criticadas. Los estudios sobre la comunicación para el desarrollo han tendido a culpar a las personas en vez de a los sistemas y no han reconocido que «en las circunstancias de muchos países en desarrollo, los patrones existentes de poder y explotación evidencian que la gente pobre tiene muy poca perspectiva razonable de superarse; por lo que una actitud fatalista podría ser la única realista» (Hartmann y otros 1989). Los investigadores han tendido a considerar todo «cambio progresivo

como si no presentase dificultad alguna» y a suponer que cualquier innovación que difundan será necesariamente beneficiosa para la población a la que afecta. Sin embargo, tal como señalan Hartmann y otros «los cambios que benefician a un sector de la comunidad pueden no beneficiar a otros, e incluso perjudicarlos».

Por ello, estos autores defienden la inclusión de «las estructuras sociales y los conflictos estructurales en las discusiones sobre el desarrollo» y critican la tendencia generalizada a «tratar a las personas como una masa amorfa» y a alentar una falsa presunción sobre la «armonía de los intereses». De la población rural, por ejemplo, siempre se ha presupuesto una armonía de intereses más mítica que real. En su estudio sobre la India, Hartmann y otros comprendieron que las sociedades de aldea son «altamente diferenciadas en cuanto al acceso a los recursos y a la casta y otras divisiones» y que «se caracterizan por la competencia por los recursos entre los diferentes grupos de interés».

También han criticado la tendencia de este modelo a considerar que los destinatarios de la comunicación para el desarrollo son «esencialmente pasivos, un público que será manipulado para colaborar con la panacea del desarrollo de los que más saben». Esta tendencia ha hecho que la campaña publicitaria sea el modelo dominante de la comunicación para el desarrollo, donde todo es visto en términos de "inyectar" el "mensaje" del desarrollo en las comunicaciones dirigidas al "público objetivo", «como si el desarrollo fuera un bien comercial como la cerveza, el jabón o cualquier otro». La comunicación para el desarrollo es vista como «un proceso esencialmente mecánico», en el que el público individual es tratado como si fuera pasivo, independientemente de su contexto social. Este enfoque se refleja en los estudios sobre las comunicaciones, donde la mayor parte de la investigación se ha dedicado a «evaluar la respuesta de la audiencia a mensajes intencionalmente persuasivos de tipo publicitario, con un énfasis en la "fórmula KAP" —conocimiento, actitud y práctica [por sus siglas en inglés]— por considerarse que es la secuencia en la que se dan los efectos». Sin embargo, los efectos de la comunicación son mucho mayores que la rápida difusión de información y pueden incluir una gradual socialización de formas alternativas de ver y de hacer las cosas.

En vista del creciente desencanto con el hecho de que la modernización haya alentado un enfoque en los medios de masas y la comunicación, que es «esencialmente vertical, dirigida y destinada a la manipulación y el adoctrinamiento», Díaz Bordenave recomienda como solución la *pedagogía del oprimido* de Paulo Freire. Freire sostiene que la transferencia del conocimiento por sí sola, desde una fuente autoritaria hacia un destinatario pasivo, no promueve su crecimiento como persona autónoma, consciente de la necesidad de contribuir a su sociedad e influir en ella. Él propone una «pedagogía del oprimido», en la que el énfasis esté en la participación, la democracia y el diálogo. El planteamiento de Freire sugiere que algunos aspectos de los métodos de investigación occidentales podrían ser inapropiados para las condiciones en África y, además, que la fiel observancia de modelos de investigación dominantes podría excluir las preguntas más importantes.

Halloran (1981) se hace eco de esta perspectiva valiéndose del ejemplo de la investigación internacional comparada, que es bastante común en los estudios de comunicación para el desarrollo. Dicha investigación es por naturaleza muy difícil de realizar, pero ciertos supuestos de la tradición occidental de investigación lo hacen aún más difícil. Dice Halloran: «La esencia del problema es la falta de reconocimiento de que la investigación social está inserta en los valores culturales y que las diferencias fundamentales (cultura, idioma, estructura demográfica, experiencia, expectativas, etc.) en diferentes sociedades excluyen el uso de métodos fijos de encuesta o entrevista, que presuponen que solamente se puede obtener información verdaderamente

comparable aplicando las misma preguntas, de la misma forma, en todos los países participantes. Uno sólo tiene que notar la relación entre el idioma y la cultura para darse cuenta de que este método es evidentemente absurdo». Por ello, por más apropiados que sean los métodos de recolección de datos en Occidente, no lo serán necesariamente en África. Al aplicar en África nuestros métodos de investigación de comunicación para el desarrollo, ¿cuánta atención hemos prestado a las diferencias, particularidades, vivencias y expectativas culturales y lingüísticas fundamentales de este continente?

Las técnicas tradicionales de recolección de datos no siempre son adaptadas a la realidad africana. Las brechas culturales, lingüísticas y sociales en este continente multiétnico son tales que un investigador debe tener cuidado especial al aplicar métodos de investigación desarrollados para las necesidades y expectativas de las sociedades occidentales. Pensemos por ejemplo en el cuestionario. Sólo puede ser aplicado selectivamente en África dada la alta tasa de analfabetismo. En el caso de Camerún, si confiamos en los resultados del censo de 1987 (*Cameroon Tribune*, 21 de marzo de 1991), casi el 50% de la población no puede leer ni escribir en francés ni inglés, que son los idiomas oficiales. Del 45% que ha asistido al colegio, sólo 20% ha llegado más allá de la primaria. Por cierto, sólo el 3% de la población tiene educación superior a la de secundaria. Esto cuestiona seriamente no sólo el uso de cuestionarios elaborados en francés o inglés, sino su pertinencia como método de investigación en una sociedad primordialmente oral. La traducción podría considerarse una salida, pero dados el mosaico lingüístico y las complejidades étnicas de Camerún y el hecho de que muchos conceptos en francés e inglés no tienen equivalente en los idiomas locales, es difícil ver cómo podría ser útil la traducción. Si uno insiste tercamente en utilizar el cuestionario, pese a estas limitaciones, sería todo un caso intentar extrapolar o generalizar desde una muestra nada representativa; y no es probable que una decisión tomada sobre la base de tal estudio cuente con respaldo local. La naturaleza elitista de estos métodos de investigación empeora en lugar de aliviar la marginación de las masas africanas.

Al respecto, ya en 1963 Cheikh Anta Diop (1963) sugirió perceptivamente una aproximación multimetodológica a la investigación sociológica en África. Él cuestionó la tendencia a hacer distinciones a priori entre los métodos sociológicos y antropológicos y a igualarlos con el estudio de sociedades "primitivas" o "arcaicas". Sostenía que cada situación de investigación debe determinar los métodos que se han de utilizar. Argumentó que en ningún lugar se combinarían mejor los métodos de la antropología y la sociología, y colaborarían más efectivamente, que en el estudio de las sociedades africanas; esto porque en África, donde conviven elementos tradicionales y occidentales, los cambios ocurren dentro de un proceso que se entiende inadecuadamente con los métodos de investigación exclusivos de una u otra disciplina.

> «Dado que África aún no ha logrado desarrollarse y dadas las deficiencias que se presentan en la mayoría de nuestras investigaciones sobre la comunicación en este continente, yo sugiero acentuar la investigación participativa siguiendo el modelo de Freire. Parto de que es improbable que la gente se resista al desarrollo y que es probable que avale y se identifique fácilmente con recomendaciones hechas por el investigador sobre cómo proceder mejor, si éstas han sido elaboradas a partir de su propio diagnóstico colectivo, y si el investigador y los agentes de desarrollo han podido superar sus complejos de superioridad y responder a las necesidades reales de las personas a quienes dicen ayudar a desarrollarse, tratándolas con el respeto que se merecen, entendiéndolas, obteniendo su participación activa en la toma de decisiones sobre temas que les afectan, y dándoles la libertad para organizarse y tener un control efectivo; esto, si las personas logran comunicarse espontáneamente y dialogar sin inhibiciones sobre sus problemas, deseos y visiones».

Tal como han sostenido Servaes y Arnst, ya es hora de que los pobres y analfabetos, «quienes siempre han sido investigados, descritos e interpretados

por los ricos y educados», participen activamente y hasta controlen las investigaciones sobre sus problemas, sobre todo porque ellos muchas veces «conocen mejor su situación y tienen una perspectiva sobre estos problemas y necesidades que ningún foráneo comparte plenamente».

Este llamado a la investigación participativa es coherente con el llamado a sistemas de comunicación más representativos y con la necesidad de "medios grupales y locales" en vista de la creciente centralización y sincronización (UNESCO 1980). En América Latina, por ejemplo, muchos investigadores han manifestado la necesidad de un sistema de "comunicación alternativa" que sea democrático, participativo y descentralizado, que esté enraizado en las masas actualmente marginadas por un sistema de comunicación al servicio de los intereses mayoritarios de las corporaciones transnacionales y de los grupos dominantes de poder económico y político interno (White 1980, Díaz Bordenave, White y McDonnell 1983, Reyes Matta 1986, Simpson Grinberg 1986). Es un tipo de comunicación que podría servir a los intereses de los «sectores oprimidos de la sociedad a nivel nacional, y de los países dominados a nivel internacional [...] un proceso de diálogo y creatividad generalizada» (Reyes Matta).

Para conseguir esta comunicación alternativa, Simpson Grinberg reitera, por ejemplo, el llamado a la investigación hecha por Golding, que enfatiza la «necesidad de estudiar la extensión e impacto actuales de los sistemas de comunicación nativos, anteriores a la llegada de los medios de masas» al Tercer Mundo (Simpson Grinberg). Él escribe que el «núcleo de la comunicación alternativa es la descentralización del poder de la comunicación, que implica una descentralización del conocimiento tecnológico». En palabras de White, «*la comunicación popular*» no es meramente una incorporación de «muchos elementos de la cultura popular », sino que debe ser vista sobre todo como un «intento por establecer canales de comunicación independientes de la jerarquía de los intermediarios». Esto implica un sistema de comunicación manejado por las personas, horizontal, descentralizado a todo nivel, participativo y libre de las ataduras de la dominación de fuerzas externas o internas. Al escribir sobre el mundo en desarrollo en general, Hamelink (1983a) exige una ciencia emancipadora y plantea la «disociación» como la única alternativa real al proceso de «sincronización cultural» que es perpetuado por los países industrializados, siendo la única garantía de la autonomía y autosuficiencia que son «esenciales para un proceso de desarrollo independiente» (Hamelink 1983b).

La principal característica de la comunicación participativa es que los medios surgen desde la población local y son controlados por ella. Consiste en campesinos o grupos de obreros que se dirigen a sí mismos o a otros grupos con preocupaciones y deseos similares. Los medios son socialmente horizontales dado que no "van hacia arriba" a un centro de comunicaciones controlado por individuos de mayor estatus y nuevamente "hacia abajo" a otros grupos de menor estatus, sino que van directamente de un grupo de estatus bajo a otro. El lenguaje de la comunicación es el del pueblo, que ellos mismos escogen libremente para comunicarse entre ellos; no lo introducen ni lo imponen líderes externos. Si especialistas o profesionales comprensivos ofrecen asistencia, ésta sería puramente técnica y estrictamente adecuada a los términos que establezcan los locales (White 1980, Criticos 1989).

Para que la comunicación participativa sea instaurada en África se necesita investigación participativa sobre cómo realizarla de mejor modo. Adaptando a Hadjor, sólo a través de «un conocimiento íntimo de la vida cotidiana y de las vivencias de las masas» podrá el investigador de las comunicaciones reconocer «qué quiere el pueblo y cuánto lo quiere» y podrá recomendar medidas para un desarrollo sostenible. Servaes y Arnst ven la investigación participativa como un proceso educativo que es «cíclico, continuo, local y asequible» dado que abarca tres facetas interrelacionadas: (1) «definición e investigación colectiva de un problema por un grupo de

personas que está tratando de lidiar con él», (2) «análisis grupal de las causas subyacentes» y (3) «acción grupal para resolver el problema».

Este tipo de investigación puede beneficiarse mucho de la antropología, conocida por el largo tiempo que toma a sus investigadores entender, en detalle y de manera multifacética, a las comunidades e instituciones que estudian. Laburthe-Tolra y Warnier señalan que la «familiarización prolongada a partir de una relación personal y la comunicación dentro de un grupo, región o comunidad política, lingüística o residencial», es la característica más distintiva de los estudios antropológicos. Desgraciadamente, la mayoría de las personas y organizaciones que reconocen y valoran la originalidad del enfoque antropológico no han logrado reconocer a qué se debe esa originalidad: la familiarización prolongada dentro de una comunidad dada, que solamente es posible si el/la investigador/a logra que el grupo que estudia lo/la acepte y pueda participar en su vida cotidiana. Sólo así podrá descubrir la solidaridad que explica el dinamismo del grupo o las tensiones y conflictos que perpetúan el subdesarrollo. Los resultados de este tipo de investigación definitivamente podrían contribuir a la organización de las actividades locales o de la comunidad, lo que «implica la participación activa de las personas que más requieren de mejores oportunidades» (Hartmann y otros).

La investigación participativa necesita que nos resocialicemos y reevaluemos ciertas alternativas que hemos ignorado en el pasado o que simplemente nunca se nos ocurrieron. Esto significa que debemos cuestionar cada vez más ciertos supuestos básicos, creencias populares, tradiciones académicas y prácticas de investigación que hemos tomado prestados de Occidente sin ningún análisis crítico y, muchas veces, inconscientemente, pero que siguen siendo inadecuados para nuestro contexto. Debemos analizar críticamente estos métodos de investigación "enlatados" de la comunicación (Ramos, citado en Gareau), importados de Europa o Norteamérica, y ver cómo aprovecharlos y nacionalizarlos mejor para que sean útiles en la búsqueda de un desarrollo sostenible en África.

El grueso de la investigación de la comunicación en el continente aún está muy influenciado por la tradición norteamericana, en la que se mantiene la tendencia a «suponer sin análisis crítico que la acción social se puede entender principalmente en términos de las creencias y actitudes individuales», a la vez que pasa por alto cómo estas «actitudes podrían ser el producto y no la causa de las condiciones económicas y las relaciones de poder». Tal «psicologismo simplista [...] no toma en cuenta debidamente las dinámicas sociales y políticas del cambio y no tiene una conceptuación adecuada de las relaciones entre las ideas y las acciones, entre la cultura y la estructura social». Ha producido una falsa creencia de que «las ideas pueden ser manipuladas más o menos independientemente de los factores estructurales» (Hartmann y otros).

Kunczik (1993) ha resumido lo que Norteamérica ha exportado hacia África como una investigación que enfatiza la colección de «datos obtenidos de manera metódica irreprochable, rápidamente utilizables comercial y políticamente, sin mayor reflexión sobre ellos». Usualmente, el resultado es «una abundancia de hallazgos individuales obtenidos con la ayuda de instrumentos de investigación sofisticados, hallazgos que, debido a la ausencia de un marco teórico integral, no pueden ser integrados». El acento está en «descubrir efectos rápidos, de corto alcance y confiablemente identificables» mientras «se obvia completamente que los medios de comunicación de masas son parte de una estructura social general. Este método solamente aborda las reacciones de individuos o grupos aislados respecto de comunicaciones específicas». Tal como señala Kunczik, el énfasis en «encuestas miniatura sobre pequeños experimentos que son rápida y rutinariamente evaluables y útiles para ser publicados o para usos prácticos» socializa al investigador de las comunicaciones en favor de «una perspectiva "atomizada" que no toma en cuenta los aspectos sociales

generales». Las preguntas sobre cómo los resultados de la investigación pueden contribuir al progreso en el campo o cómo pueden ser integrados a un marco teórico integral usualmente son ignoradas.

Estudios enfocados tan estrecha y superficialmente caen dentro de lo que Halloran ha denominado investigación tradicional. Este tipo de investigación enfatiza la eficiencia y lo práctico, tiene una naturaleza mayormente no teórica, no se apoya en hipótesis bien elaboradas ni probadas y usualmente tiene por objeto resolver un problema comercial o una política puntual. Por ello, tiende a interesarse más por el muestreo que por el conceptualismo, más por la descripción que por el análisis. Su planteamiento es desarticulado, poco integrado y no pone el acento en la continuidad. «Independientemente de la naturaleza del fenómeno social que se estudia, el informe final de una investigación se limita usualmente a afirmaciones cuantitativas sobre aspectos accesibles pero relativamente superficiales de un tema complejo» (Halloran 1974). Su aproximación «positivista/conductivista» tiende a cegar a sus seguidores respecto de los «supuestos de valor [...] implícitos en cada interrogante de investigación y que [...] están presentes en el diseño de cada investigación» (Halloran 1983). Los investigadores que pertenecen a esta tradición casi no se preocupan por redefinir el problema de investigación que les plantean los gobiernos y otros agentes de desarrollo, y sus investigaciones tienden a servir a los «intereses de quienes pagan la investigación y de aquellos para quienes les es útil en la optimización de su propia seguridad y rentabilidad» (Smythe y Dinh, 1983).

Investigadores más críticos, que consideran que tienen el noble deber de esclarecer cómo las estructuras sociales existentes «deberían o podrían ser cambiadas en forma realista por estructuras institucionales alternativas que la investigación ha demostrado ser mejores» (Melody y Mansell 1983), buscan liberarse de la ceguera «positivista/conductivista» que impide que sus contrapartes vean que «la vida real tiene muchas facetas y necesita que varias teorías y aproximaciones le sean aplicadas a la vez» (Nowak, citado por Halloran 1983). El modelo mecanicista previsto por la investigación positivista da la impresión errónea de que los fenómenos sociales se pueden entender, controlar y manipular independientemente de las intenciones y expectativas humanas. Himmelstrand y otros (1994) afirman que dicha aproximación «sin dificultades», o de ingeniería social, debe ser sustituida por o conciliada con un enfoque «orientado a los problemas» que busque, en primer lugar, «un entendimiento local de la naturaleza de ciertos problemas entre las personas que se enfrentan a tales dificultades en sus vidas cotidianas» y luego una comprensión de «las causas históricas, estructurales y/o ecológicas más amplias de estos problemas», con el objeto de aplicar estas respuestas «volviendo al nivel local para descubrir cómo se entienden localmente los problemas que enfrentan y ofrecer pautas para la acción y lucha local».

Que la metodología importada de Estados Unidos perdure en el continente se debe más a su utilidad para los objetivos de los agentes del desarrollo que a su pertinencia para entender la situación africana. Los que dirigen los programas internacionales de desarrollo de acuerdo al modelo occidental inspirado en la teoría de la modernización «no están interesados en retos, estímulos ni provocación a nivel alguno» (Halloran 1981). Quieren llevar a cabo sus programas sin perturbaciones y sólo seleccionan a los investigadores o consideran aceptables las interrogantes y resultados que confirman sus presunciones básicas sobre el desarrollo en África. Sin embargo, el investigador del desarrollo tiene el deber de cuestionar estas presunciones infundadas y basadas en intereses particulares y ocultos. Ésta no es una tarea fácil, especialmente porque dependemos de esos agentes de desarrollo para financiar nuestras investigaciones. Tal como observa Halloran, en general cualquier persona que esté en una posición de poder y control difícilmente aceptará estudios que la critiquen. Por ello, es más probable que auspicien únicamente las investigaciones que les produzca resultados que justifiquen su posición y/o les ayude a

defenderla cuando es cuestionada (Halloran 1981). Parafraseando a Susan George (citada por Riddell 1992), no importa cuántos "errores" cometen los investigadores tradicionales o los teóricos del desarrollo porque están «protegidos y auspiciados por las personas cuyos objetivos políticos apoyan, canalizan y aceptan, y tienen permiso para seguir cometiéndolos, cualquiera que sea la consecuencia». Por ello, «la investigación suele tender, de una u otra forma, a reflejar los valores y reforzar el sistema dentro del cual fue concebida, fomentada y realizada. De hecho, en algunos países se busca esto intencionalmente, y es importante ver la investigación como una forma de control social» (Halloran 1981). Como investigadores de la comunicación para el desarrollo, no podemos ser parciales, ciegos o ingenuos, a pesar de cualquier presión o de nuestro propio nivel de miseria y necesidad de sustento. Por ello, para que la comunicación para el desarrollo contribuya a una liberación auténtica y multifacética de los africanos, debemos empezar por no seguir la corriente, como solemos hacer, sino por emprender un análisis perceptivo del concepto mismo del desarrollo sostenible y de su origen, forma, contenido, presupuestos y aplicabilidad; luego podremos decidir si aceptarlo, rechazarlo o modificarlo.

Esta búsqueda de independencia metodológica halla consuelo en los estudios de Frederick Gareau, un eminente sociólogo del conocimiento, que ve las ciencias sociales como facciones enfrentadas y cuestiona la tendencia del conductivista estadounidense a afirmar su superioridad científica sobre todas las demás perspectivas. Para él, las ciencias sociales son actividades competitivas, cuyos orígenes, métodos y perspectivas no son "esencialmente" estadounidenses (ni occidentales). Él sostiene con varios ejemplos que las disciplinas de las ciencias sociales no pueden entenderse «independientemente de las sociedades en las que son creadas y operan». Asimismo, los científicos sociales no sólo están profundamente influenciados por los países en los que viven, sino que les cuesta no parecer «apologistas de sus respectivos órdenes sociales establecidos».

Por ello, dependiendo del contexto nacional, regional o cultural en el que operan, los científicos sociales «adoptan diseños y metodologías de investigación contrarios». Gareau considera que las ciencias sociales están marcadas por conflictos ideológicos profundos y que los científicos sociales buscan evidencias en diferentes lugares y utilizando métodos opuestos para determinar si las han encontrado o no. Por ello, respecto de las ciencias sociales considera que «quienes las ejercen atraviesan distintos procesos profesionales de socialización, leen distinta literatura y muchas veces llegan a conclusiones contrarias».

Más aún, Gareau ve a las ciencias sociales dentro del contexto global de la industria del conocimiento, en la que algunos países y regiones son más avanzados y expansionistas mientras que otros son subdesarrollados y dependientes. Él señala que por eso las ciencias sociales estadounidenses, con su «tránsito incesante en un sólo sentido», han podido introducirse en países con culturas tan distintas de la suya como Francia, Canadá, la India, Japón y la República de Corea. Esto ha dado a las ciencias sociales estadounidenses una «posición privilegiada» con un «balance de exportación de comunicaciones muy favorable», desde la que «habla sin escuchar». No sólo hay poca importación, sino que los científicos sociales estadounidenses se aseguran de que los «mensajes entrantes estén de acuerdo con las normas socioculturales estadounidenses». Esto, señala Gareau, «demuestra una fijación etnocéntrica, que mira hacia adentro» con poca preferencia por lo extranjero: «si es extranjero, hay una preferencia por el mundo anglosajón, poco interés por Europa continental e indiferencia u hostilidad hacia el Segundo y Tercer Mundo».

Entendido en términos de la perspectiva centro-periferia, el «balance de exportación» favorable de las ciencias sociales estadounidense se explica por

la expansión de los valores políticos, económicos y culturales estadounidenses luego de la Segunda Guerra Mundial. Después de la guerra, Estados Unidos, que era una súperpotencia, exportó sus valores culturales a través de la asistencia educativa y de las ciencias sociales. «De esta manera, Estados Unidos exportó las facciones de sus ciencias sociales al extranjero, tanto educando a los científicos sociales dentro del país como enviando a sus expertos al extranjero. Los gastos muchas veces fueron subvencionados por el gobierno estadounidense o por fundaciones privadas». La posición de Gareau es similar a la de Schiller en general, quien sostiene que la doctrina estadounidense del flujo libre de información ha sido utilizada por Estados Unidos como un «club ideológico altamente efectivo» para promover sus valores políticos, económicos y culturales, y llevar las «formas alternativas de organización social» a un estado defensivo ridículo (Schiller 1977).

En África, esta dependencia se agrava por el hecho de que la producción del conocimiento social y científico «requiere de la disposición de gran cantidad de capital para universidades, bibliotecas, remuneraciones por vacaciones en la enseñanza y, más recientemente, para las computadoras y bases de datos» (Gareau), que ni los mejores académicos e instituciones en el continente pueden costear fácilmente. Lo que esto significa en la práctica es que los académicos africanos suelen verse obligados a no consumir libros y estudios hechos o seleccionados por ellos mismos, sino lo que sus contrapartes adineradas y mejor posicionadas en Estados Unidos y Europa deciden compartir con los que están en la periferia. Sin embargo, si no estamos preparados para cuestionar la pertinencia para África de las ideas occidentales sobre la investigación del desarrollo y la comunicación, si no estamos preparados para fijar nuestras propias agendas de acuerdo con las necesidades reales de nuestro pueblo, el desarrollo sostenible, incluso como lo vemos y definimos nosotros, siempre seguirá siendo un sueño poco realista.

Bibliografía citada

Abdel-Malek, A. (1967). "Sociologie du développement national: Problèmes de conceptualisation" en *Revue de L'Institut de Sociologie*, 2.

Ajayi, J. F. A. (1966). "The place of African history and culture in the process of nation-building in Africa south of the Sahara (1960)" en Wallerstein, I. (ed.) *Social Change: the Colonial Situation*. New York, John Wiley & Sons.

Amin, S. (1978). "Développement autocentré, autonomie collective et ordre économique international nouveau: Quelques réflexions" en *Africa Development*, 3 (1).

Amin, S. (1980). *Class and Nation: Historically and in the Current Crisis*. London, Heinemann.

Amin, S. (1981). "Pour une stratégie alternative de développement en Afrique" en *Africa Development*, 3.

Amin, S. (1982). "A critique of the World Bank report entitled 'Accelerated development in sub-Saharan Africa'" en *Africa Development*, 7.

Amin, S. (1985). *La déconnexion: Pour sortir du système mondial*. Paris, Editions La Découverte.

Amin, S. (1987a). "Preface: The state and the question of 'development" en Nyong'o, P. A. (ed.) *Popular struggles for democracy in Africa*. London, Zed Books.

Amin, S. (1987b). "Preface" en Gabou, M. L. *The Crisis in African Agriculture*. London, Zed Books.

Cobban, A. (1969). *The Nation State and National Self-determination*. London, Collins.

Criticos, C. (1989). "Community in media" en Criticos, C. (ed.) *Experiential Learning in Formal and Non-formal Education*. Durban, Media Resource Centre, University of Natal Department of Education.

Deutsch, K. W. (1969). *Nationalism and Its Alternatives*. New York, Alfred A. Knopf.

Díaz Bordenave, J. E. (1977). *Communication and Rural Development*. Paris, UNESCO.

Diop, C. A. (1963). "Sociologie africaine et méthodes de recherche" en *Présence Africaine*, 48.

Doumou, A. (1987). "The state and popular alliances: Theoretical preliminaries in the light of the Moroccan case" en

Nyong'o, P. A. (ed.) *Popular Struggles for Democracy in Africa*. London, Zed Books.

Gabou, M. L. (1987). *The Crisis in African Agriculture*. London, Zed Books.

Gareau, F. H. (1987). "Expansion and increasing diversification of the universe of social science" en *International Social Science Journal*, 114.

Golding, P. (1974). "Media role in national development: Critique of a theoretical orthodoxy" en *Journal of Communication*, 24 (3).

Goulbourne, H. (1987). "The state, development and the need for participatory democracy in Africa" en Nyong'o, P. A. (ed.) *Popular Struggles for Democracy in Africa*. London, Zed Books.

Hadjor, K. B. (1987). *On transforming Africa: Discourse with Africa's Leaders*. Trenton and London, Africa World Press and Third World Communications.

Halloran, J. D. (1974). *Mass Media and Society*. Leicester University Press.

Halloran, J. D. (1979). *The Context of Mass Communication Research*. Paris, UNESCO.

Halloran, J. D. (1983). "A case for critical eclecticism" en *Journal of Communication*, 33 (3).

Halloran, J. D. (1986). "Beyond development communication: The international research experience". Ponencia presentada en la Consulta AMIC-WACC-WIF. Singapur, 18–22 de noviembre.

Halloran, J. D. (1988). "The future in the rear-view mirror: Mass communication research: Past, present and future". Ponencia presentada en Sommatie '88 Congress Centre Koningshof. Veldhoven-Eindhoven, 13–15 de abril.

Hamelink, C. J. (1983a). "Emancipation or domination: Toward a utopian science of communication" en *Journal of Communication*, 33 (3).

Hamelink, C. J. (1983b). *Cultural autonomy in global communications: Planning National Information Policy*. London, Longman.

Hartmann, P.; Patil, B. R. y Dighe, A. (1989). *The Mass Media and Village Life: An Indian Study*. New Delhi, Sage Publications.

Kunczik, M. (1993). *Communication and Social Change* en Laburthe-Tolra, P. y Warnier, J. P. *Ethnologie, anthropologie*. Paris, PUF.

Laburthe-Tolra, P. y Warnier, J. P. (1993). *Ethnologie, anthropologie*. Paris, PUF.

Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York, The Free Press.

Melody, W. H. y Mansell, R. E. (1983). "The debate over critical vs. administrative research: Circularity or challenge" en *Journal of Communication*, 33 (3).

Nyong'o, P. A. (1987). "Introduction" en Nyong'o, P. A. (ed.) *Popular Struggles for Democracy in Africa*. London, Zed Books.

Portes, A. (1976). "On the sociology of national development: Theories and issues" en *American Journal of Sociology*, 82 (1).

Reyes Matta, F. (1986). "Alternative communication: Solidarity and development in the face of transnational expansion" en Atwood, R. y McAnany, E. G. (eds.) *Communication and Latin American Society: Trends in Critical Research, 1960–1985*. Madison, University of Wisconsin Press.

Riddell, B. J. (1992). "The new face of imperialism and Africa's poverty" en *Journal of Modern African Studies*, 30.

Riggs, F. W. (1987). "Indigenous concepts: A problem for social and information science" en *International Social Science Journal*, 114.

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York, The Free Press.

Rogers, E. M. (1973). "Social structure and social change" en Zaltman, G. (ed.) *Processes and Phenomena of Social Change*. New York, John Wiley & Sons.

Schiller, H. I. (1977). "The free flow of information—For whom?" en Gerbner, G. (ed.) *Mass Media Policies in Changing Cultures*. London, John Wiley & Sons.

Schramm, W. (1964). *Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries*. Stanford, California, Stanford University Press.

Servaes, J. (1983). *Communication and Development*. Louvaen, Acco.

Servaes, J. (1986). "Communication and development paradigms: An overview" en *Media Asia*, 3 (3).

Servaes, J. y Arnst, R. (1994). "Participatory communication in the research process". Ponencia presentada a la IX conferencia bienal de ACCE sobre los medios de masas y el desarrollo sostenible en África. Ghana, 16–23 de octubre.

Simpson Grinberg, M. (1986). "Trends in alternative communication research in Latin America" en Atwood, R. y McAnany, E. G. (eds.) *Communication and Latin American Society: Trends in Critical Research, 1960–1985*. Madison, University of Wisconsin Press.

Smith, A. D. (1986). "State-making and nation-building" en Hall, J. A. (ed.) *Status in History*. Oxford, U. K., Basel Blackwell.

Smythe, D. W. y Dinh, T. V. (1983). "On critical and administrative research: A new critical analysis" en *Journal of Communication*, 33 (3).

Soyinka, W. (1994). "Democracy and the Cultural Apologia" en *Afrika Spectrum*, 29 (1).

Summers, L. H. y Thomas, V. (1993). "Recent lessons of development" en *Research Observer*, 8.

UNESCO (1970). "Mass media in society: The need of research" en *UNESCO Reports and Papers on Mass Communication*, 59. Paris, UNESCO.

UNESCO (1980). *Many Voices, One World: Towards a New More Just and More Efficient World Information and Communication Order*. London, Kogan Page.

Wallerstein, I. (1964). *The Road to Independence: Ghana and the Ivory Coast*. Paris, Mouton.

White, R. A. (1980). "Comunicación popular: Language of liberation" en *Media Development*, 27 (3).

White, R. A. y McDonnell, J. M. (1983). "Priorities for national communication policy in the Third World" en *The Information Society Journal*, 2 (1).

Nyamnjoh, Francis B. (2000). "Communication Research and Sustainable Development in Africa: The Need for a Domesticated Perspective" en Servaes, Jan (ed.) *Walking on the Other Side of the Information Highway: Communication, Culture and Development in the 21st Century*. Penang, Southbound. Reproducción autorizada por el autor y la editorial.

La construcción de otra opción: Habermas-Pasquali-Paoli

Extracto de *El concepto de la comunicación: el cristal con que se mira*

José Cisneros

abermas

Jürgen Habermas (1993), en su trabajo sobre *Teoría de la acción comunicativa*, distingue tres tipos de acción racional con arreglo a fines, entre las cuales ubica precisamente la acción comunicativa, como se expone enseguida. ¿En qué consiste cada uno de estos tipos de acción racional con arreglo a fines definidos por Habermas?

Acción instrumental: Se refiere a la manipulación de cuerpos en movimiento orientada a la consecución de un fin. Las reglas de la acción instrumental sirven para la solución de tareas técnicas.

Acción estratégica: Aunque también se orienta al éxito, la acción estratégica no se mide por la consecución directa de un fin, sino por la influencia que se logra sobre las decisiones de un oponente racional.

Acción comunicativa: La acción comunicativa no se coordina por cálculos egocéntricos de intereses (éxito), sino a través del entendimiento. En la acción comunicativa se logra un saber común, que funda un acuerdo, como reconocimiento intersubjetivo de pretensiones de validez susceptibles de crítica.

Cuando se logra un entendimiento, este conduce entre los participantes a un acuerdo. El acuerdo descansa sobre una convicción común. Las convicciones compartidas intersubjetivamente vinculan a los participantes en términos de reciprocidad.

Es importante ver con más detalle, las acciones sociales con arreglos a fines, puesto que de este modo es posible diferenciar con mayor precisión el concepto de acción comunicativa. Empecemos por la acción estratégica. De acuerdo con Habermas, la acción estratégica se subdivide en *acción abiertamente estratégica* y *acción estratégica encubierta*.

Acción abiertamente estratégica

La acción abiertamente estratégica es aquella en la que uno de los participantes (podemos llamarle aquí emisor) declara explícitamente el fin que pretende lograr en su oponente racional (podemos también llamar a éste, receptor); es decir, el primero (emisor) señala abiertamente la decisión que desea que tome el segundo (receptor) mediante su influencia. Ejemplos muy claros de la acción abiertamente estratégica, constituyen los anuncios comerciales y la propaganda electoral. En los primeros, el anunciante pretende influir en la decisión de compra del consumidor potencial; en la segunda, los estrategas de la campaña electoral buscan influir en la decisión del votante o elector en favor de su candidato. El fin de la acción abiertamente estratégica lo define el primer participante para influir en el segundo. No interesan los fines ni la concepción particular que el segundo pueda tener respecto del primero, lo que importa es influir en su decisión; en una palabra, persuadirlo. Y si para lograr este fin hay que investigar al segundo participante, como en nuestros ejemplos es el caso de los estudios de mercado y el *marketing político*, pues se hará para ajustar la estrategia, pero no para cambiar de fines.

Acción estratégica encubierta

En la acción estratégica encubierta, el fin de influir en el oponente racional sigue siendo el mismo, pero no declarado abiertamente. Más aún, el fin de influir en el oponente racional se disfraza o disimula como si fuera una acción no estratégica, sino comunicativa. Su validez declarada pretende establecerse en función del beneficio del oponente racional. Ejemplos sobran: la amiga que influye en una mujer para que rompa con su pareja y pueda la primera acceder a dicha pareja. El sacerdote que simula comprender el dolor de la anciana rica para obtener jugosas donaciones. La mamá que influye en el pequeño para que elija un juguete más barato. En todos los casos la estrategia del primer participante (emisor) está predefinida y clara para él pero no a los ojos del segundo participante (receptor), quien asume una relación falsamente comunicativa como verdadera.

De la acción estratégica encubierta pueden distinguirse todavía dos variantes en la concepción de Habermas: el *engaño inconsciente* y el *engaño consciente*.

El engaño inconsciente está definido por Habermas como una comunicación sistemáticamente distorsionada. Es decir, a pesar de que el primer participante tiene una estrategia predefinida, pretende y cree estar desarrollando una acción comunicativa en favor del segundo o los segundos participantes. Tal es el caso de los predicadores religiosos, fundamentalistas o no, autoconvencidos de la obligación de *salvar* a sus hermanos; pero ocurre lo mismo con algunos militantes políticos o participantes en grupos de toda índole, incluso familiares.

El engaño consciente, puede definirse específicamente como la manipulación de una persona por otra, donde la persona manipuladora induce a la persona manipulada a tomar decisiones que benefician a la primera, pero haciendo creer a la segunda que se trata del beneficio de ésta. Más aún, el éxito de la manipulación por parte de la persona manipuladora consiste precisamente en convencer a su oponente racional de dos ideas falsas: que se está desarrollando entre ellas una acción comunicativa y que ésta tiene como fin beneficiar a la persona manipulada,

aunque en realidad se beneficia la persona manipuladora. Sobran los ejemplos. Otra forma que emplea Jürgen Habermas para caracterizar la acción estratégica consiste en la *acción dramatúrgica*.

Acción dramatúrgica

Por acción dramatúrgica se entiende la interacción entre un agente o actor que hace presentación de sí mismo, y un grupo social que se constituye en público. El actor suscita en su público una determinada imagen, una determinada impresión de sí, revelando su subjetividad de forma más o menos calculada con miras a esa imagen que de sí quiere dar. Todo actor o agente puede controlar el acceso público a la esfera de sus propios pensamientos, sentimientos, actitudes, etcétera, a las que sólo él tiene acceso privilegiado. El concepto central de *autorrepresentación* significa, no un comportamiento expresivo espontáneo, sino la estilización de las propias vivencias, efectuada con vistas a la imagen que uno quiere dar de sí a un espectador. La acción dramatúrgica está dirigida a un público que, sin percatarse de intenciones estratégicas, se imagina estar asistiendo a una representación orientada al entendimiento.

La acción estratégica en general, pues, implica una relación asimétrica en la cual uno de los participantes establece los fines, define los argumentos y planea su comportamiento para convencer a su oponente racional de que tome una determinada decisión que beneficia al primero. El concepto y los esquemas de comunicación dominantes, entendidos como *persuasión*, cabrían perfectamente dentro de la definición de acción estratégica de Habermas, pero no podrían considerarse acción comunicativa.

Habermas analiza claramente las diferencias entre acción estratégica y acción comunicativa. Y, entre otras consideraciones, define que:

1. No se puede establecer un vínculo comunicativo cuando la convicción de uno se induce en el otro. Ni siquiera con la mejor intención, como en los casos del profesor o la madre de familia.
2. Puede haber un acuerdo inducido por influencia externa: gratificación ($), amenaza, sugestión o engaño. No por propia convicción. No por entendimiento. La influencia jefe-empleado, por ejemplo.
3. Pueden haber relaciones interpersonales entre los sujetos que actúan orientándose a su propio éxito, pero están reguladas por el intercambio económico y el poder a través del mercado o de relaciones de dominación. En este caso la sociedad de las personas se presenta como un orden instrumental. Corrupción y prostitución pueden formar parte de estas relaciones instrumentales.

No basta, entonces, con intercambiar mensajes, ya no digamos enviarlos unidireccionalmente, para desarrollar una acción comunicativa, pues el fin de una acción asimétrica no permite generar acuerdos libres, por convicción propia entre los participantes. ¿Qué implicaciones tiene, pues, la acción comunicativa?

Acción comunicativa

Como se ha expuesto arriba, la acción comunicativa no se coordina por cálculos egocéntricos de intereses (éxito), sino a través del entendimiento. En la acción comunicativa se logra un saber común y se reconocen pretensiones de validez susceptibles de crítica. La acción comunicativa no implica un pensamiento homogéneo por supuesto, sino que las convicciones compartidas vinculan a los participantes en términos de reciprocidad.

En términos de Habermas (1993):

> «El concepto de acción comunicativa, fuerza u obliga a considerar a los actores como hablantes y oyentes que se refieren a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, y se entablan, recíprocamente a este respecto, pretensiones de validez que pueden ser aceptadas o ponerse en tela de juicio».

Cada actor que se orienta al entendimiento, propone Habermas, entabla tres pretensiones de validez:

De que el enunciado que hace es verdadero.
De que la acción pretendida es correcta.
De que la intención manifiesta del hablante es, en efecto, la que el hablante expresa.

El acuerdo de los actores a que se refiere Habermas no estriba en las conclusiones del intercambio simbólico (ni siquiera en la aceptación de las pretensiones de validez, las cuales pueden cuestionarse), sino que se apoya en la reciprocidad de la acción y su orientación al entendimiento. Es por ello que, en la acción comunicativa, necesariamente se llega a un saber común, fundado en ese acuerdo, aun cuando las conclusiones y decisiones a las que cada uno de los actores arribe sean diferentes.

El entendimiento aquí no se interpreta estrictamente como decodificación de signos, sino más allá, como coordinación de acciones que permite a los actores interpretar de una nueva manera, más rica, su contexto y sus acciones. Y sobre esa interpretación cada uno puede tomar sus decisiones.

Como puede apreciarse, el concepto de acción comunicativa implica una relación seria y profunda (aunque no por ello menos placentera) de los actores, a quienes, como dice Habermas, «fuerza u obliga a considerarlos como hablantes y oyentes que se refieren a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo». Bajo esta consideración, es comprensible que para muchos investigadores y académicos que hemos estructurado el pensamiento con base en las teorías de la comunicación desarrolladas a partir del estudio del funcionamiento y operación de los medios masivos, y que asumimos el concepto de comunicación como persuasión, el concepto habermasiano de acción comunicativa nos puede parecer idealista, o pretender que no se da en la vida real, como si la única realidad comunicativa fuera la mediada tecnológicamente. Pero, como hemos visto en la crítica de la existencia o no de una ciencia de la comunicación, la pretensión de construir el concepto de comunicación sólo a partir de los medios masivos como objeto de estudio, resulta cuando menos parcial, sino equívoca. De ahí la importancia de seguir indagando otros abordajes conceptuales como el de Habermas. Y precisamente un estudio muy cercano al de Habermas es el que realiza Antonio Pasquali (1990), a propósito del concepto de comunicación.

El concepto de comunicación según Antonio Pasquali

Dice Pasquali:

> «Por comunicación o relación comunicacional entendemos aquella que produce (y supone a la vez) una interacción biunívoca del tipo del con-saber, lo cual sólo es posible cuando entre los dos polos de la estructura todo transmisor (T) puede ser receptor (R), todo receptor (R) puede ser transmisor (T), independientemente de si en esta relación existen o no medios físicos o electrónicos (M):
>
> «T-R (M).R-T. No hay comunicación ni relaciones dialécticas de otro tipo con la naturaleza y la materia bruta, sino cualquier otra forma de relación monovalente: utilitarista, energética, etc.».

Las coincidencias entre el concepto de Pasquali y Habermas saltan a la vista en la cita anterior. Entre las más evidentes tenemos que:

1. Ambos consideran indispensable la interacción biunívoca (Pasquali), la reciprocidad (Habermas) entre los actores o transmisores-receptores del proceso de comunicación o acción comunicativa.
2. Ambos descartan que exista tal proceso de comunicación con la naturaleza o la materia bruta, sino que con ellas consideran únicamente una relación monovalente (Pasquali) o instrumental (Habermas). Los sistemas cibernéticos, por ejemplo, con todo y su *feedback*, o las máquinas interactivas, tendrían que ubicarse en esta relación monovalente.
3. Ambos reconocen que en la acción o proceso comunicativo existe un con-saber (Pasquali) o saber común (Habermas). Esto dista mucho de la acción de persuadir o inducir un supuesto acuerdo, o una decisión de una persona a otra.

La única diferencia con Habermas (que no contradicción ni disidencia) que se percibe en la primera cita de Pasquali consiste en que éste considera explícitamente la posibilidad, mas no la necesidad, de que en el proceso existan medios físicos o electrónicos. Pero la posible existencia de esos medios está subordinada al proceso de comunicación, y no al revés, como parece asumirse en otras concepciones mediáticas, como la de McLuhan (1971, 1993), por ejemplo.

Respecto de esta preponderancia de los actores humanos en el proceso de comunicación, Pasquali es muy explícito al afirmar que:

> «Los únicos entes capaces de suscitar tipos de comportamiento auténticamente comunicacionales (que no intercambio mecánico de informaciones-estímulo) son los seres racionales. Comunicación es, pues, un término privativo de las relaciones dialógicas interhumanas, o entre personas éticamente autónomas».

En lo relativo a la interacción biunívoca (o reciprocidad, en Habermas), agrega:

> «Sólo es auténtica comunicación la que se asienta en un esquema de relaciones simétricas, en una paridad de condiciones entre transmisor y receptor, y en la posibilidad de oír uno al otro o "prestarse oídos" (Heidegger), como mutua voluntad de entenderse».

En las dos citas anteriores ratificamos las coincidencias entre Pasquali y Habermas:

4. La orientación o finalidad de la comunicación es el entendimiento voluntario, libre.
5. Este entendimiento se basa en un acuerdo de principio, que entre otras cosas permite llegar a un con-saber o saber común.
6. Acuerdo que se da entre personas éticamente autónomas (Pasquali), es decir, con sus propios y respectivos valores, con sus respectivas pretensiones de validez (Habermas), dispuestas a establecer un vínculo entre ellas.

A partir de las seis primeras coincidencias entre Habermas y Pasquali enunciadas anteriormente, es posible construir un concepto de comunicación, muy distinto al concepto mediático vinculado a la persuasión, que nos puede aportar una nueva manera de mirar las prácticas comunicacionales, mediadas o no técnicamente. No obstante, vale la pena considerar con más detenimiento una séptima característica común de los conceptos de comunicación propuestos por Habermas y Pasquali; esto es, su dimensión ética.

Validez de las diferencias

Tanto Jürgen Habermas como Antonio Pasquali establecen de entrada la validez de las diferencias entre los actores de la comunicación, así como la necesidad de confrontar sus propios valores y pretensiones de validez en un mutuo acuerdo e intercambio recíproco, bivalente. Sin esta validez de las diferencias, el mutuo acuerdo y el intercambio recíproco en cualquier transmisión y recepción de mensajes, así sea en ambos sentidos pero de forma asimétrica (es decir, condicionada), podrá existir como una acción instrumental o estratégica, pero nunca como un auténtico proceso de comunicación (Pasquali) o acción comunicativa (Habermas).

¿Cómo esperar que el presidente Fox de México entienda la ética indígena de los *zapatistas*, o Bush a los talibanes, por ejemplo? Sólo con una auténtica disposición al entendimiento, pero no con acciones dramatúrgicas (además de las acciones de guerra) a las que tanto se inclinan ambos. Esta es la importancia de la dimensión ética del concepto

de comunicación de los autores mencionados. Y es precisamente en esta dimensión ética del concepto de comunicación donde resulta oportuno retomar las observaciones de un tercer investigador académico: Antonio Paoli (1994).

Antonio Paoli

Dice Paoli:

> «La comunicación es establecer la conciencia profunda del mutuo respeto, y dar respeto es dar valor. Dar valor es reconocer lo que de verdaderamente valioso tiene el ser humano. La verdadera comunicación es reconocer el valor en nosotros. Y dar valor es generar verdad. Verdad no es un dato, verdad es el reconocimiento del valor del otro y cuando otro se siente reconocido en su ser valioso. Al evocar en común el valor, se abre la comunicación. Cuando la conciencia es profunda en este mutuo valer, entonces estamos en un momento de comunicación».

Desde la perspectiva de Paoli el respeto y el reconocimiento del valor del otro, y del nuestro, saltan a la vista como generadores de verdad y de comunicación. El mutuo respeto y el mutuo valer, y la conciencia de ello, como condicionantes de la comunicación. Es decir, no podría pensarse un proceso de comunicación en el cual, a pesar del intercambio de palabras o cualquier tipo de mensaje entre los seres humanos, se careciera de respeto por el otro, o el otro careciera de respeto por uno. La comunicación implica entonces considerarse recíprocamente valiosos en tanto seres humanos.

Por supuesto, el grueso de la llamada *comunicación masiva* no resiste la prueba ni del respeto ni del reconocimiento del otro como ser humano valioso, puesto que en su dinámica lo que importa es que el otro sea básicamente consumidor. Consumidor de mensajes, mercancías e ideologías, pero no un interlocutor éticamente autónomo, y mucho menos un ser humanamente valioso. No por ello, es necesario aclararlo, la llamada comunicación masiva deja de ser útil y necesaria, pero tendría que llamarse de otra manera: difusión masiva, por ejemplo; o proceso de persuasión, directamente, o de información, aunque en este tercer caso habría que hacer muchas otras consideraciones respecto del concepto, pero como proceso de comunicación en la dimensión ética antes mencionada el manejo actual de los medios masivos no se ubica.

La aportación de Paoli a las propuestas de Habermas y Pasquali resulta muy congruente y nos permite pensar la comunicación desde el ser humano, no desde los medios. Ello nos lleva de inmediato a pensar en que los medios, como toda la tecnología de que disponemos, pueden utilizarse en favor o en contra de los seres humanos. La comunicación, en los términos de estos tres autores, no admite esta ambivalencia.

Integrando de primera intención las ideas centrales de Habermas, Pasquali y Paoli, el concepto de comunicación viene a ser algo más que un simple intercambio de mensajes que cualquier ser vivo, animal o planta, o incluso muchas máquinas, pueden realizar. La comunicación desde estos autores es una acción o proceso mucho más profundo, privativo de los seres humanos, donde la dimensión operativa del intercambio de mensajes se da dentro de otras dimensiones que implican la voluntad de entenderse, como sentido; el mutuo acuerdo, la creación de conocimiento y de verdad, como productos; la validez de las diferencias, el intercambio recíproco, el mutuo respeto, el mutuo valer y la conciencia de ello, como condición ética.

Habrá quien afirme que el anterior es un concepto complejo y difícil de llevarse a cabo. Sí, por supuesto que es complejo y difícil como pueden serlo las ideas de democracia, libertad y justicia. Y precisamente como estos conceptos, la comunicación así definida resulta indispensable de buscarse, si se valora la vida de todos los seres humanos.

En lo que respecta a las supuestas prácticas de comunicación de los demás seres vivos, células, plantas y animales, una vez ubicados en el concepto de la comunicación humana orientada al entendimiento, igual que en el manejo de los medios masivos, habrá que categorizarlos de otro modo, sin restarles importancia en absoluto, pero estableciendo las claras diferencias respecto de la comunicación humana.

En resumen: El concepto de comunicación antes planteado no se asume como una sustancia que pueda asociarse a otras entidades (como los medios, por ejemplo), sino como una acción generada por los seres humanos que tienen la voluntad de entenderse, por lo que establecen un acuerdo de principio en el cual se reconocen recíprocamente como seres humanos valiosos, se respetan en cuanto tales y valoran sus diferencias y autonomía ética, desarrollan un intercambio recíproco de mensajes que los lleva a crear un nuevo conocimiento y una verdad conjunta, así como un vínculo que los compromete recíprocamente, teniendo mutua conciencia de todo ello.

Bibliografía citada

Habermas, Jürgen (1993). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. México, Editorial Rei.

Habermas, Jürgen (1993). *Teoría y praxis: estudios de filosofía social*. México, Editorial Rei.

McLuhan, Marshall y Powers, B. R. (1993). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales*. Barcelona, Gedisa Editorial Diana.

McLuhan, Marshall (1971). *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México, Editorial Diana.

Paoli, Antonio (1977). *Comunicación*. México, Editorial Edicol.

Pasquali, Antonio (1979). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Monte Ávila Editores.

Cisneros, José (2002). "El concepto de comunicación: el cristal con que se mira" en Revista *Ámbitos*, N° 7-8. Sevilla, España, Universidad de Sevilla. 2° semestre 2001 – 1er semestre 2002. Reproducción autorizada por el autor.

La comunicación para el cambio social: ¿por qué importa?

Extracto del *Documento de información para la Mesa Redonda sobre Comunicación para el Desarrollo*

James Deane

Una de las críticas reiteradas dirigidas a los proponentes de la comunicación para el cambio social, en particular, y a sus defensores, en general, es que lo que dicen no es nada nuevo. Las críticas específicas tienden a caer en cuatro áreas.

Primero, que la comunicación participativa centrada en las personas ha sido el núcleo de la mayor parte de las corrientes teóricas y prácticas principales de la comunicación desde hace muchos años, y que la mayoría de las iniciativas de comunicación para el desarrollo tienen como propósito primordial empoderar a la gente para que tome decisiones con conocimiento de causa. En este contexto, aducen los críticos, mucho de lo que argumentan los partidarios de la comunicación para el cambio social es una reiteración de lo que se ha dicho antes.

Segundo, que algunos de estos argumentos están creando límites artificiales entre los diversos planteamientos y escuelas de pensamiento de la comunicación. Las buenas intervenciones en comunicación se centran en una combinación inteligente y localmente apropiada de cambio de comportamiento, cambio social, promoción y otras formas de comunicación. Al centrarse en tomar distancia de los planteamientos "tradicionales" de la comunicación, algunos comunicadores sienten que se está creando una tensión entre los distintos planteamientos de la comunicación, cuando lo que se necesita (y, se aduce, ya se practica) es una síntesis de una gama de intervenciones.

Tercero, que aunque los argumentos de ONUSIDA y de la Fundación Rockefeller (entre otros similares) han surgido principalmente del trabajo de campo, y aunque hay una larga tradición académica de literatura en materia de comunicación participativa, los argumentos a favor de la comunicación para el cambio social se prueban débiles a la hora de buscar apoyo en análisis académicos rigurosos, modelos y teorías. Débiles, asimismo, en términos de metodologías eficaces de evaluación que puedan demostrar el impacto de la labor en este campo.

Cuarto, que si bien muchas de las ideas plasmadas en documentos como el Marco de Comunicación de

ONUSIDA son sólidas en cuanto a principios, resultan difíciles de convertir en prácticas de campo, especialmente en el contexto de instituciones grandes.

Los proponentes de la comunicación para el cambio social reconocen estas críticas. Alegan que, aunque existe una tradición rica y establecida de comunicación participativa, especialmente en el campo del VIH/SIDA, a menudo los planteamientos no se aplican, y señalan una serie de factores.

En primer lugar, que los procesos tanto de ONUSIDA como de la Fundación Rockefeller se concentraron en debates basados en el sur, principalmente conducidos por la sociedad civil y comunitaria, y centrados en ella. Estos procesos revelan percepciones generalizadas en el campo de que las iniciativas de comunicación para el VIH/SIDA en los países en vías de desarrollo son impulsadas en gran medida por organismos institucionales y externos que operan según su propia evaluación de lo que se necesita hacer, en lugar de apoyar y trabajar en un marco de debates y agendas internas. En este sentido, parecen haber revelado una "desconexión" substancial entre el financiamiento y algunos organismos internacionales y las organizaciones nacionales que trabajan en el campo. Dichas organizaciones, sugieren estos procesos, perciben que las intervenciones de comunicación que predominan son a menudo muy verticales y se formulan mediante un proceso en el que a veces son socias y a veces participan, pero sobre las cuales sienten que tienen poco control.

En segundo lugar, aunque la comunicación participativa es, efectivamente, una corriente dominante de pensamiento entre los teóricos y profesionales de la comunicación, poner estos principios en práctica sistemática en el campo sigue siendo sumamente difícil. La comunicación participativa y para el cambio social tiende a obrar en horizontes de largo plazo, es compleja de evaluar en términos de impacto y apoyarla resulta difícil para los donantes. Por estos motivos, la mayor parte del apoyo económico tiende a canalizarse hacia intervenciones tales como los programas de *marketing* social, con horizontes de corto plazo y mecanismos de evaluación cuantitativos. Muchos partidarios de la comunicación para el cambio social alegan que este tipo de comunicación es generalmente marginal, un complemento periférico de programas que, por lo demás, son verticales y orientados al cambio de comportamiento, cuando lo que debería hacer es proporcionar el núcleo y el cimiento de todas las otras intervenciones.

En tercer lugar, al desafiar el énfasis percibido en las intervenciones de cambio de comportamiento, la intención no es crear una falsa dicotomía entre los diversos planteamientos, sino presentar el argumento sólido de que, a menos que las sociedades y comunidades de los países en vías de desarrollo establezcan e impulsen los procesos subyacentes de cambio necesarios para confrontar la epidemia, y a menos que se brinde apoyo para la creación de entornos en los que esto sea posible, es poco probable que sea sostenible un progreso futuro en la lucha contra el VIH/SIDA. Aducen que en los países en vías de desarrollo, tanto el gobierno cuanto la sociedad civil, todavía se encuentran en una posición en la que reaccionan a la respuesta internacional al VIH/SIDA, en lugar de moldearla.

En cuarto lugar, si bien la teoría y el rigor académico son puntos débiles en las intervenciones de comunicación para el cambio social, existe un interés creciente por aprender del pensamiento riguroso que forma parte de muchas de aquellas orientadas al cambio de comportamiento y adaptarlo al análisis en la materia.

En quinto lugar, argumentan que la comunicación para el cambio social —aunque precariamente definida— no sólo sugiere la incorporación de más técnicas participativas en la programación actual de proyectos, sino también un cambio importante de enfoque, que implica que las instituciones renuncien a sus agendas.

En sexto lugar, alegan que muchas de las iniciativas de comunicación se centran en los síntomas de la pandemia del VIH/SIDA y no en las causas de fondo. Aunque los altos índices de transmisión sexual son indiscutiblemente el principal motivo de la rápida propagación del virus y es necesario cambiar el comportamiento sexual para contener la pandemia, es poco probable que se logre un cambio de comportamiento si no se abordan las causas de fondo de estos comportamientos. Temas de desigualdad, prejuicio, el estatus de las mujeres, la responsabilidad de los hombres, la marginación y el desempoderamiento, la cohesión comunitaria y social, la pobreza y muchos otros factores sociales y políticos son motores fundamentales de la pandemia.

Abordar estos temas también involucra fundamentalmente el uso y el fomento de la comunicación en la sociedad.

Por último, aducen que la disputa no es necesariamente una cuestión de uno u otro y que claramente existe un valor enorme en muchas intervenciones de cambio de comportamiento y de *marketing* social. No obstante, alegan que a menos que éstas se implementen en un contexto social y político más amplio, existen limitaciones enormes en lo relativo a la sostenibilidad y el impacto.

Deane, James (2001). "So, Is This New and Does It Matter?". Documento de información presentado en la Mesa Redonda sobre Comunicación para el Desarrollo (Nicaragua, noviembre), patrocinada por UNFPA en asociación con la Fundación Rockefeller y UNESCO. New Jersey, Communication for Social Change Consortium (CSCC).
Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

¿Hacia una convergencia teórica y empírica?

Extracto de *Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo*

Silvio Waisbord

Pueden los dos enfoques amplios que dominaron el campo de la comunicación para el desarrollo —los modelos difusionistas y participativos— converger en torno a ciertos principios y estrategias? ¿O resulta inconcebible dado que sus premisas y metas fundamentales siguen siendo esencialmente diferentes? La última sección de este trabajo reseña los intentos de reunir las diferentes "ramas del árbol genealógico", y las concordancias y discordancias entre los distintos enfoques a partir de las lecciones aprendidas en las últimas décadas. El hecho de que se puedan identificar algunas coincidencias no implica que las antiguas diferencias se hayan zanjado por completo. Esto es imposible, porque son distintos los diagnósticos y premisas teóricas que siguen moldeando los enfoques y las estrategias. El tema fundamental continúa siendo que las definiciones del problema son diferentes y, como es de esperar, las teorías, estrategias y técnicas todavía ofrecen análisis y recomendaciones esencialmente opuestos. El hecho de identificar puntos de convergencia no implica que se haga un juicio de valor específico acerca de la conveniencia o necesidad del proceso. El propósito es trazar las tendencias y direcciones que dan cuenta de la riqueza y la complejidad del campo, no de juzgarlas.

Comentarios generales

El significado de la comunicación para el desarrollo ha cambiado desde la década de 1950. Los cambios no deben sorprender, considerando que "desarrollo", un concepto que, junto con "modernización" y "Tercer Mundo", surgió y dominó los debates académicos y de políticas en la década de 1950, ha perdido gran parte de su pasado esplendor. Se han acuñado nuevos conceptos que han cobrado popularidad pero no han desplazado la noción amplia de la comunicación para el desarrollo. A pesar de sus múltiples significados, comunicación para el desarrollo sigue siendo una especie de término abarcador para designar las investigaciones e intervenciones dedicadas a mejorar las condiciones en las que viven las personas que enfrentan problemas económicos, sociales y políticos en el mundo no occidental. Al igual que el "desarrollo", la "comunicación" ha experimentado transformaciones importantes en las últimas cinco décadas, reflejando las fluctuaciones en los debates intelectuales y políticos, y la suerte cambiante de los planteamientos teóricos. La falta de un consenso generalizado en torno a la definición de "desarrollo" y "comunicación" refleja la ausencia mayor de un vocabulario común en el campo (Gibson s/f). Esta ambigüedad y confusión conceptual no debería sorprender, si se toma en consideración que diversas disciplinas y teorías han convergido en el campo de la comunicación para el desarrollo. Ha habido una confluencia de tradiciones superpuestas provenientes de una variedad de disciplinas que importaron vocabularios que tenían poco en común. Por ejemplo, ¿acaso los conceptos de "empoderamiento", "compromiso de la comunidad" y "acción comunitaria colectiva" se refieren a ideas fundamentalmente diferentes? En realidad, no. La presencia de terminologías diferentes no refleja necesariamente formas de entender opuestas sino, más que nada, la existencia de troncos diferentes del árbol genealógico. En un campo fragmentado, los diversos programas y estrategias tienen sus raíces en una miríada de campos intelectuales que rara vez estuvieron en contacto fluido. Pese a

la diversidad de orígenes, no obstante, es notable que haya habido una tendencia a un entendimiento más integral de la "comunicación para el desarrollo". La brecha histórica entre estos enfoques no se ha zanjado pero, sin lugar a dudas, se han hecho esfuerzos visibles por integrar modelos y estrategias disímiles. Consideremos, por ejemplo, la definición de Jan Servaes (1996b) del desarrollo como un proceso multidimensional que entraña un cambio en las estructuras sociales, actitudes, instituciones, crecimiento económico, reducción de la desigualdad y la erradicación de la pobreza. Para él, el desarrollo es «un cambio completo para una vida mejor». Este concepto se acerca a la idea de "otro desarrollo" que destaca la satisfacción de necesidades, la autosuficiencia endógena y la vida en armonía con el medio ambiente (Melkote 1991). Nos costaría mucho encontrar enfoques e intervenciones que esencialmente discrepen con esta idea integral del desarrollo.

De modo similar, los diversos enfoques han adoptado gradualmente una forma de entender la comunicación que no se reduce a la idea de transmisión de información, sino que abarca la idea de proceso e intercambio. Ciertamente, el modelo persuasivo de la comunicación mantiene una presencia descollante en el campo. Los modelos sociosicológicos del comportamiento y las perspectivas basadas en las teorías de la comunicación de estímulo-respuesta siguen dominando, puede decirse que debido a que algunas de las premisas del "paradigma dominante" continúan siendo ampliamente aceptadas. Sin embargo, el modelo de comunicación de arriba hacia abajo, emisor-receptor, se ha replanteado.

La idea de la "comunicación como proceso" ha adquirido una posición central en los enfoques informados por los modelos tanto de cambio de comportamiento como de participación. Las palabras de Moemeka (1994) reflejan un sentimiento generalizado en el campo: «La comunicación debe verse como una variable tanto independiente como dependiente. Puede afectar y afecta situaciones, actitudes y comportamientos, y su contenido, contexto, dirección y flujo también se ven afectados por las circunstancias imperantes. Más importante aún, la comunicación debe verse como parte integral de los planes de desarrollo, una parte cuyo objetivo principal es crear sistemas, modos y estrategias que podrían dar oportunidades a las personas de tener acceso a canales apropiados, y hacer uso de ellos y del consiguiente entorno de comunicación para mejorar la calidad de sus vidas».

Esta perspectiva es algo parecida a los modelos "ritualistas" de la comunicación que priorizan las raíces latinas de la palabra (las de "compartir" mediante el intercambio de significados) que ganaron vigencia en el campo de la comunicación en las últimas décadas (Carey 1989). La comunicación se entiende como la creación de significados por comunidades e individuos. Es un proceso horizontal, desinstitucionalizado y múltiple en el que emisores y receptores intercambian papeles, según el teórico de la comunicación participativa Jan Servaes (1996a). Desde una perspectiva basada en los modelos de cambio de comportamiento, Kincaid (1998) ha sostenido en forma similar que todos los participantes son emisores y receptores. La diferencia radica en que, mientras que los enfoques principalmente inspirados en el paradigma dominante siguen planteándose la comunicación como un proceso que contribuye al cambio de comportamiento, la preocupación principal en los modelos participativos no es el "comportamiento", sino la transformación de las condiciones sociales.

Otra característica que destaca en los estudios recientes sobre la comunicación para el desarrollo es la creciente influencia de teorías y enfoques que se originaron en la comunicación en salud o que se han utilizado extensamente en ese campo. La comunicación en salud ha recibido más atención que la educación o la agricultura, temas que eran centrales en los proyectos iniciales de la comunicación para el desarrollo. Por cierto, los temas de alfabetización, productividad agrícola o violencia han sido incluidos en muchos de los planes de desarrollo contemporáneos. Sin embargo, los modelos de cambio de comportamiento, mercadeo social y promoción de la salud han adquirido cada vez mayor influencia en la comunicación para el desarrollo. En cierto modo, la importancia creciente de los temas de salud no debería de sorprender si se considera que la planificación familiar y la nutrición, por ejemplo, han dominado la agenda de la comunicación para el desarrollo desde la década de 1960. Además, la atención al VIH/SIDA desde la década de 1980 contribuyó aún más al predominio de los enfoques de la comunicación en salud o relacionados con la salud.

Por un lado, este desplazamiento de la atención se podría interpretar como un reflejo de las prioridades de los organismos de financiamiento. Aunque se necesitaría investigar más para sustentar esta afirmación, parecería que la presencia de los temas de salud y, por consiguiente, la influencia de los planteamientos de la comunicación en salud expresan la agenda de las organizaciones de desarrollo. Por otro lado, también se podría interpretar como un resultado de que haya surgido un enfoque más amplio respecto de los temas de salud. La definición de la salud como "un estado de bienestar", extensamente citado en los estudios contemporáneos, permite un planteamiento más integral que incluye temas como el analfabetismo y la pobreza, los cuales no se encontraban integrados en los proyectos iniciales de comunicación para el desarrollo.

Puntos de convergencia

No obstante importantes diferencias que persisten entre las teorías y enfoques, es posible identificar varios puntos de convergencia que sugieren direcciones posibles en el campo de la comunicación internacional.

• La necesidad de una voluntad política

Un punto de convergencia es que se necesita voluntad política para que tenga lugar el cambio (Hornik 1988). La comunicación para el desarrollo no se debe ocupar únicamente de instrumentar los resultados específicos, tal como se define en el paradigma tradicional, sino también del proceso mediante el cual las comunidades se empoderan para intervenir y transformar su entorno. El empoderamiento de la comunidad debe ser el resultado proyectado de las intervenciones. Esto requiere la elaboración de un conjunto de indicadores que midan el impacto de las intervenciones en términos del empoderamiento.

Sin embargo, no existe una sola definición de empoderamiento. Puede referirse a comunidades que toman decisiones por sí mismas y adquieren conocimientos (por ejemplo, sobre temas de salud). Mientras que en los enfoques de participación/promoción el empoderamiento implica cambios en la distribución de poder, los modelos de comportamiento utilizan el empoderamiento para representar formas en las que las comunidades pueden cambiar su comportamiento; por ejemplo, descontinuando prácticas no saludables. Los defensores del mercadeo social sugieren que el mercadeo empodera a las personas al proporcionar información y recibir una retroalimentación constante de los consumidores de modo que éstos puedan ser responsables de su bienestar. Puesto que las formas de entender el empoderamiento son diferentes, también lo son las expectativas de las intervenciones. Si el desarrollo requiere subsanar desigualdades de poder, entonces se puede esperar que tome más tiempo que las intervenciones cuyo objeto es cambiar conocimientos, actitudes y prácticas. Las presiones para que las intervenciones rindan resultados relativamente rápidos y un impacto a corto plazo se adecuan más a una forma de entender el empoderamiento (y, por lo tanto, la comunicación para el desarrollo) más propia del cambio de comportamiento que de los enfoques participativos. La lentitud de los cambios políticos y en las políticas que se requieren para una distribución más equitativa de los recursos y de la toma de decisiones, tal como propugnan los modelos participativos, no es compatible con las expectativas de corto plazo.

Sin embargo, las estrategias participativas no son las únicas en enfrentar problemas a la hora de medir los resultados. Muchos observadores han señalado que los modelos de cambio de comportamiento no han respondido satisfactoriamente a la cuestión de los efectos de largo plazo. La falta de estudios longitudinales que documenten los cambios a través del tiempo hace que sea difícil saber el grado de influencia de las intervenciones y los factores ambientales que podrían ayudar a extraer conclusiones sólidas sobre el impacto de largo plazo de las estrategias de comunicación.

El hecho de que el debate sobre "los indicadores de resultados" no haya concluido y de que no parece haber una resolución fácil a la vista, refleja la persistencia de los desacuerdos sobre la medición del desarrollo. Se puede prever que las respuestas a preguntas como "¿cuáles son los resultados apropiados?" serán diferentes ya que, pese a un consenso creciente sobre

El marco conceptual

Extracto de *La comunicación para el desarrollo sostenible*

Teresa Flores Bedregal

La comunicación para el desarrollo sostenible es básicamente una síntesis de la comunicación para el desarrollo y la comunicación y educación ambientales. Pero, obviamente, debería incorporar los grandes avances conceptuales sobre los derechos humanos, la equidad social, la pluralidad, el respeto por la diferencia entre pueblos culturas y géneros, y otros realizados en las cumbres mundiales sobre los múltiples aspectos relacionados al desarrollo.

La comunicación para el desarrollo, con una larga tradición teórica, viene a ser complementada y enriquecida por la educación y comunicación ambiental que, desde los años 80, había estado contribuyendo con nuevos enfoques teórico-metodológicos y experiencias para difundir la comprensión tanto de la importancia del medio ambiente, como de la necesidad del cambio de actitudes, prácticas y hábitos de consumo lesivos para nuestro entorno.

La comunicación y educación ambiental, desde sus inicios incorpora una visión que conjunciona la comunicación y la educación como procesos inseparables; es en este sentido una forma de comunicación educativa, donde no se trata simplemente de transmitir información y mensajes, sino de formar y educar al/la ciudadano/a, a través de procesos comunicacionales sistemáticamente organizados que influyan en el cambio de actitudes, valores, prácticas y comportamientos.

La comunicación para el desarrollo sostenible se propone recurrir a todos los avances en la teoría de la comunicación, incluyendo métodos y técnicas que sean aplicables, a fin de generar procesos comunicacionales que coadyuven a mejorar la calidad de vida de las poblaciones más necesitadas de los países en desarrollo y a superar el modelo de desarrollo depredador del medio ambiente.

En este nuevo enfoque, se entiende que las culturas tradicionales no son un impedimento sino un medio para facilitar el desarrollo; la comunicación se convierte en un medio para superar las grandes desigualdades, barreras y la falta de oportunidades de los sectores menos favorecidos por el crecimiento económico o que son relegados por el mismo.

La comunicación para el desarrollo sostenible se vale de los medios masivos, meso y minimedios de forma separada o combinada de acuerdo a los objetivos específicos propuestos en una determinada estrategia comunicacional. Integra los modelos tradicionales con los modernos, incorpora las nuevas y viejas tecnologías, valora tanto los canales tradicionales de comunicación como el espacio cibernético o los multimedia, así como la comunicación interpersonal y grupal y los medios populares e indígenas, utilizándolos de forma combinada o selectiva de acuerdo a su efectividad para llegar al segmento poblacional destinatario.

Intenta, a través de procesos comunicacionales, lograr una activa participación e involucramiento de la población para que ésta se convierta en protagonista de su propio desarrollo, participando en el diseño, la planificación e implementación de los proyectos. Asimismo, se propone transmitir conocimientos, destrezas, prácticas y valores necesarios para la incorporación de la población en los procesos de desarrollo.

Flores Bedregal, Teresa (2002). En *Comunicación para el desarrollo sostenible.* La Paz, LIDEMA-Plural. Reproducción autorizada por la autora.

la centralidad de los temas de empoderamiento comunitario y comunicación horizontal en la comunicación para el desarrollo, los modelos de cambio de comportamiento y los participativos siguen definiendo la tarea de las intervenciones en términos distintos. En otras palabras, continúa habiendo una tensión entre los enfoques orientados a lograr resultados, tales como los medidos en el cambio de comportamiento, y aquellos que priorizan el fortalecimiento de recursos sostenibles como meta de los programas.

• Una concepción de las estrategias como "cajas de herramientas"

Otro punto de convergencia importante es la concepción de los enfoques como "cajas de herramientas" en la tradición del cambio de comportamiento. Los profesionales del desarrollo se han dado cuenta de que se necesita toda una variedad de estrategias para mejorar la calidad de vida de las comunidades en los países en desarrollo. En lugar de promover teorías y metodologías específicas independientemente del problema en cuestión, se está llegando al consenso de que técnicas distintas son apropiadas para distintos contextos y para enfrentar distintos problemas y prioridades. Las teorías y enfoques forman parte de una "caja de herramientas" utilizadas según los distintos diagnósticos. Se considera que las herramientas empleadas para apoyar el cambio de comportamiento dependen del contexto en el que se implemente el programa, las prioridades de los donantes y las necesidades de las comunidades.

Por ejemplo, las intervenciones educativas convencionales podrían ser recomendables en situaciones críticas, tales como epidemias, en las que grandes masas de gente deben ser atendidas en poco tiempo. No es probable, sin embargo, que estrategias como ésas resuelvan problemas de salud estructurales y de largo plazo.

El mercadeo social podría ser útil para abordar ciertos temas (por ejemplo, aumentar los índices de vacunación), pero es inadecuado para abordar problemas más profundos de participación comunitaria que, en última instancia, son los que conducen a cambios permanentes. También puede dar como resultado que las intervenciones finalicen cuando terminan las campañas de información pública. Uno de los problemas es que estas intervenciones crean una dependencia respecto de los programas mediáticos. La alternativa, entonces, es concentrarse en recursos autosustentables que se hagan responsables de la continuidad de los programas. Otra cuestión es que, aun cuando las estrategias de mercadeo social logran exitosamente generar una toma de conciencia, no duran para siempre y, por ende, se necesitan otros sistemas de apoyo para mantener la participación y la comunicación. Debido a las limitaciones del mercadeo social, se requieren otras estrategias para abordar el problema de empoderar y comprometer políticamente a los diversos grupos. La movilización social, por ejemplo, ofrece una manera de tratar temas como educación, saneamiento, nutrición (incluida la lactancia materna), planificación familiar, problemas de las vías respiratorias, SIDA y enfermedades diarreicas. De hecho, se necesita movilizar a una amplia gama de socios, pero esto no excluye los usos de los medios masivos y el mercadeo social para abordar problemas específicos. Un programa de lactancia materna en Brasil integró con éxito la movilización social y el mercadeo social (Fox s/f). A consecuencia del programa, aumentó la duración media de la lactancia materna y se redujo la mortalidad infantil. Los ministerios y grupos profesionales de salud pública y de nutrición participaron en la elaboración de los planes y la promoción de acciones a nivel nacional y estatal entre sus empleados, miembros e instituciones asociadas. A nivel comunitario, se formaron grupos de madres y se fomentó la lactancia materna a través de extensionistas, estudiantes universitarios, la iglesia y otros grupos voluntarios.

Los programas de planificación familiar en Egipto han sido otro ejemplo de una integración exitosa de distintos enfoques (Wisensale y Khodair 1998). Después de la intervención, el uso de anticoncepti-

vos se duplicó y la tasa de natalidad bajó de 39,8 a 27,5 por ciento en diez años. Los logros del programa se han atribuido al hecho de que el Centro de Información, Educación y Comunicación del Servicio de Información del Estado utilizó cinco herramientas, entre ellas los medios masivos, la comunicación interpersonal y el edu-entretenimiento. También se consideró que la participación del gobierno, de organizaciones de salud y de grupos religiosos fue determinante para el éxito del programa. La aplicación de teorías y métodos preceptivos podría no funcionar en todo lugar. Por motivos políticos y religiosos, en algunos países es difícil reunir a un amplio espectro de fuerzas para apoyar temas como la lactancia materna, la planificación familiar y la educación sobre el SIDA. En esas circunstancias, la búsqueda de una coalición amplia no es recomendable. En casos en los que el gobierno controla estrictamente los medios masivos o considera que debe ser el único actor en las campañas de información pública, las intervenciones de mercadeo social enfrentan muchos problemas. Ha ido aumentando la sensibilización respecto a los problemas de una aplicación universal de estrategias que funcionaron en contextos específicos. En países donde factores políticos y culturales limitan la participación y que sostienen relaciones jerárquicas, los enfoques participativos podrían ser difíciles de implementar, ya que requieren un proceso de transformación a largo plazo y altamente político. Esto no significa que se deba abandonar la participación como meta deseable, sino que las intervenciones cuyo objeto es movilizar a las comunidades deben necesariamente adoptar características diferentes en circunstancias distintas. Se podría percibir que los anuncios de servicio público contradicen el poder y las políticas del gobierno. Cuando el acceso a los medios nacionales es limitado o sumamente condicionado, las estrategias a nivel de las bases, sea la participación comunitaria o los medios locales, podrían ser una alternativa. Pero si la población teme participar por miedo a la represión o por frustraciones pasadas, los enfoques participativos enfrentan obstáculos evidentes y podrían no ser aconsejables.

• Integración de los enfoques de "arriba hacia abajo" y de "abajo hacia arriba"

Frente a la diversidad de circunstancias y opciones, hay un consenso cada vez mayor en que lo recomendable es un enfoque múltiple que combine intervenciones de "arriba hacia abajo" y de "abajo hacia arriba". Con esto, es evidente que la comunicación para el desarrollo ha dejado atrás los modelos de transmisión centrados en implementar cambios de comportamiento a través de actividades de comunicación. El Programa de Mejora de la Nutrición en Iringa, Tanzania, se ha mencionado como un ejemplo de una integración exitosa de las campañas de medios, la movilización social y mercadeo social (FPRI 1994). El programa incluyó la movilización de diferentes grupos a diferentes niveles, participación comunitaria, campañas por los medios para popularizar las metas de la lucha contra la desnutrición y la mortalidad infantil, y mercadeo social para lograr una toma de conciencia de todos los sectores de la población. Incluyó «monitoreo del crecimiento infantil, fortalecimiento de la infraestructura de salud, educación en salud, y actividades para las mujeres». Se ha mencionado el compromiso del gobierno, la sostenibilidad a largo plazo del programa, y la lucha contra la pobreza como factores que contribuyeron a su éxito en la reducción de la desnutrición, pese a problemas económicos mayores. Factores ambientales, tales como una tradición de participación comunitaria y políticas nacionales que aumentaron enormemente el índice de alfabetismo, fueron cruciales para el éxito del programa.

• Integración de la comunicación multimedia e interpersonal

Actualmente, la idea generalizada es que las intervenciones exitosas combinan los canales de medios y la comunicación interpersonal. En contraste con aquellos argumentos sobre los efectos de los medios poderosos que dominaban la comunicación para el desarrollo en el pasado, las conclusiones recientes sugieren que una combinación de canales

de medios e interpersonales es fundamental para las intervenciones eficaces (Flay y Burton 1990, Hornik 1989).

Los medios son sumamente importantes para aumentar la conciencia y el conocimiento de un problema dado (Atkin y Wallack 1990). Los medios son capaces de exponer a grandes cantidades de personas a mensajes y a generar conversación entre audiencias que no han sido expuestas (Rogers 1998). Pero sería equivocado suponer que el desarrollo requiere canales de medios principal o únicamente. Puesto que el aprendizaje social y la toma de decisiones no se limitan a considerar los mensajes de los medios, sino también implican escuchar e intercambiar opiniones con una serie de fuentes distintas, como sugirió Bandura (1994), las intervenciones no se pueden valer únicamente de los medios masivos. Aunque la televisión, la radio y los demás medios son importantes para la difusión de mensajes, las redes sociales son las responsables de difundir las ideas nuevas (Rogers y Kincaid 1981, Valente y otros 1994). La programación de edu-entretenimiento, por ejemplo, es una manera de activar las redes sociales y la comunicación entre pares en la difusión de información (Rogers y otros 1999). De modo similar, la información transmitida a través de los medios es importante para aumentar la conciencia y el conocimiento mediante su integración en las conversaciones entre pares y en los contactos con los trabajadores de campo (Mita y Simmons 1995, Ogundimu 1994).

Según McKee (1992), gran parte del éxito de varios proyectos se debe a la comunicación interpersonal y las acciones de los trabajadores comunitarios. Nada puede reemplazar la participación de la comunidad y la educación para una diseminación eficaz de la información. Los modelos centrados en los medios son insuficientes para el cambio de comportamiento. McKee sostiene que las estrategias más exitosas en los programas de planificación familiar, VIH/SIDA, nutrición y enfermedades diarreicas comprendían varios canales, tales como una fuerte programación de base comunitaria, redes, consejos de grupo y trabajadores de campo del gobierno y de ONG. Las iniciativas que han tenido éxito demuestran que se debe utilizar la repetición y múltiples canales. Los medios tienen efectos poderosos sólo indirectamente: estimulan la comunicación entre pares, posibilitando así que los mensajes ingresen a las redes sociales y se conviertan en parte de las interacciones cotidianas. Sin disputar el valor de la comunicación interpersonal, McDivitt, Zimicki y Hornik (1997) han subrayado la importancia de los medios masivos en el cambio de comportamiento (véase también Hornik 1988). En una evaluación del impacto de una campaña de vacunación en Filipinas, concluyeron que los medios, no los canales interpersonales, fueron responsables de los cambios en los conocimientos sobre la vacunación. La exposición a los medios bastó para generar más conocimiento acerca de la información específica de la campaña y el cambio en cuanto a la vacunación, sin la intervención de redes sociales. Sería una equivocación, según los investigadores, hacer caso omiso del alcance inigualable de los medios, especialmente entre ciertos grupos, para transmitir un mensaje. Sin embargo, los mensajes de los medios masivos no explican *per se* el éxito de la campaña. La campaña proporcionó información específica que las madres necesitaban para adoptar los comportamientos esperados, y otras condiciones (acceso a centros de salud, suficiente abastecimiento de vacunas) también fueron fundamentales para que el cambio de comportamiento resultara posible.

• Los enfoques personales y ambientales se deben integrar

El replanteamiento de las estrategias tradicionales de promoción de la salud y, luego, la incorporación del mercadeo social y la movilización social son ejemplos de la tendencia hacia la integración de los enfoques personales y ambientales.

El "enfoque ecológico", tal como se usó en el Proyecto del Norte de Karelia en Finlandia, el pro-

grama de salud de Minnesota y el estudio Stanford Three Community (Bowes 1977), es un ejemplo en esa dirección. Propugna intervenciones a nivel organizacional y de entorno con el objeto de ser más integral que las dirigidas únicamente a individuos o a la acción social (McLeroy y otros 1988; Glanz y Rimer 1995). Factores no relacionados con el comportamiento, tales como el desempleo, la pobreza y la falta de educación, entre otros, forman parte de la visión amplia que abarcan los enfoques ecológicos. La promoción de la salud se debe integrar en los sistemas sociales existentes, tales como escuelas, sistemas de prestación de servicios de salud y organizaciones comunitarias. Los proyectos mencionados requirieron una coordinación entre una variedad de organismos intermedios que actuaron de enlace entre los elaboradores de la innovación en la promoción de la salud y los adoptantes potenciales. El enfoque sigue centrándose en el cambio de comportamiento, pero los programas cuentan con apoyos ambientales que fomentan que las personas adopten y mantengan los cambios. Asimismo, los enfoques de participación comunitaria han reconocido la necesidad de promover un "enfoque holístico" que integre las contribuciones tanto del cambio de comportamiento personal como de los cambios ambientales más amplios para posibilitar el mejoramiento en materia de salud (Minkler 1999).

La comunicación para el cambio social es otro ejemplo de los esfuerzos recientes por integrar las distintas teorías y enfoques en la comunicación para el desarrollo (Rockefeller Foundation 1999). Mientras que las intervenciones tradicionales se basaban en modelos de cambio de comportamiento, la comunicación para el cambio social se vale de enfoques participativos para resaltar el diálogo como un elemento central para el desarrollo. El desarrollo se concibe como una labor para «mejorar las vidas de los marginados política y económicamente ». A diferencia de las premisas emisor-receptor basadas en la información del paradigma dominante, subraya la importancia de la comunicación horizontal, el papel de las personas como agentes de cambio y la necesidad de negociar las habilidades y la asociación. Otra contribución importante de la comunicación para el cambio social es atraer la atención hacia el entorno comunicacional más amplio que rodea a las poblaciones. En contraste con las teorías de cambio de comportamiento y participativas que, por diversos motivos, prestan poca o ninguna atención a la vasta organización de los recursos de información y de medios, la comunicación para el cambio social llama la atención sobre la importancia de los actuales cambios estructurales y de políticas que presentan nuevas oportunidades para las intervenciones de comunicación. A diferencia de las teorías de la neodependencia que consideran negativamente que los cambios mundiales en las industrias de los medios y la información estimulan un proceso de concentración del poder, la comunicación para el cambio social ofrece una evaluación mixta. Reconoce que las transformaciones abren posibilidades para las formas de participación descentralizadas y de base comunitaria, pero también admite que algunas características de los medios contemporáneos son preocupantes en términos del potencial para el cambio social. La comunicación para el cambio social considera los cambios en la salud y en la calidad de vida en general en función del empoderamiento de la ciudadanía, un concepto que ha cobrado más importancia en los modelos de cambio de comportamiento (Hornik 1997).

No obstante, en contraste con las teorías participativas, la comunicación para el cambio social enfatiza la necesidad de definir indicadores precisos para medir el impacto de las intervenciones. Es particularmente sensible a las expectativas de los organismos de financiamiento de ver los resultados de las intervenciones, y a las necesidades de las comunidades de dar retroalimentación e intervenir activamente en los proyectos. Para la comunicación para el cambio social, la rendición de cuentas —un concepto también fundamental en los proyectos democráticos contemporáneos a nivel mundial— es crucial para la labor de desarrollo. Los proyectos deben rendir cuentas a los participantes con el fin de mejorar y cambiar las

intervenciones y comprometer a quienes, en última instancia, son y deberían ser sus protagonistas y beneficiarios. Ya que las metas propuestas difieren en algo de los enfoques de cambio de comportamiento, entonces es necesario elaborar un conjunto distinto de indicadores que nos digan si los cambios se han logrado (aunque sin duda algunas de las mediciones utilizadas tradicionalmente en las intervenciones de salud también son útiles). Las metas se formulan en términos que pueden encajar perfectamente con las teorías de promoción de la salud/mercadeo social/cambio de comportamiento (por ejemplo, la eliminación del VIH/SIDA , la reducción de la mortalidad infantil y materna), pero también en términos sociales más amplios, tales como la erradicación de la pobreza y la violencia, el aumento del empleo y la igualdad de géneros. Estas metas expresan una forma más integral de entender el desarrollo, que no se limita a "mejor salud y bienestar", sino que es consciente de la necesidad de colocar los enfoques tradicionales en contextos sociales y ambientales mayores. Pese a la polinización cruzada de tradiciones y de un enfoque de estrategias múltiples en las intervenciones, el cisma entre los enfoques y teorías de cambio de comportamiento y los participativos sigue caracterizando al campo del desarrollo. Las divisiones son menos pronunciadas que hace algunas décadas dada la integración de estrategias diversas, tal como se expuso en la sección anterior, pero siguen siendo importantes.

Para los enfoques participativos los modelos de cambio de comportamiento siguen estando asociados a cierto paradigma científico que es cuestionable por varios motivos. Los modelos de cambio de comportamiento se basan en premisas que no son necesariamente replicables en los países en vías de desarrollo (Stetson y Davis 1999). Desde una perspectiva influenciada por planteamientos teóricos recientes en las ciencias sociales, especialmente el pensamiento poscolonial y posmodernista, los críticos han impugnado los modelos occidentales de racionalidad y conocimiento que dan forma a los modelos de comportamiento. Es necesario cambiar la perspectiva tradicional según la cual las "culturas tradicionales" son atrasadas y antitéticas para las intervenciones de desarrollo. Puesto que lo que saben las poblaciones se considera erróneo, el conocimiento local es visto como un obstáculo y como innecesario en las intervenciones de desarrollo. Es crucial que se superen esas concepciones etnocéntricas. Se debe comprender que la forma de entender la información y el conocimiento varía. Las intervenciones también deben ser sensibles al hecho de que las culturas locales no encajan necesariamente en los supuestos filosóficos sobre la racionalidad individual que se encuentran arraigados en los modelos tradicionales. Las prácticas de "hacer sentido" halladas en el mundo en vías de desarrollo contradicen las premisas clave de los modelos de cambio de comportamiento. Los modelos de comportamiento suponen que las personas realizan ciertas acciones después de sopesar los costos y beneficios de la acción. Mientras que el interés y el logro personal son las premisas fundamentales de estos modelos, para las culturas no occidentales las formas no racionalistas del conocimiento, así como los valores comunitarios, son centrales.

Sus críticos acusan a los modelos de cambio de comportamiento de centrarse en los cambios individuales y de minimizar la necesidad de instrumentar transformaciones políticas mayores que afecten la calidad de vida. Llaman la atención sobre estructuras organizativas que inhiben la implementación exitosa de los proyectos de cambio social (Wilkins 1999). La concentración de los recursos de información a nivel mundial, el poder creciente de la publicidad en los sistemas de medios, y la intensificación de las desigualdades que subyacen tras la persistencia de los problemas de desarrollo requieren más que nunca que se examinen los factores estructurales y políticos. Los sistemas de medios han cambiado radicalmente en las últimas décadas. Estos cambios, sin embargo, han sido particularmente revolucionarios en el mundo no occidental ya que la privatización y la liberalización de los sistemas de medios han transformado radicalmente la produc-

ción, distribución y disponibilidad de los recursos de información.

Los modelos de cambio de comportamiento han reconocido méritos en las contribuciones de los enfoques participativos, así como la necesidad de ser sensibles al acceso a los medios y las nuevas tecnologías (Piotrow y otros 1997). Continúan ocupándose principalmente de refinar los instrumentos analíticos y de evaluación y de medir el éxito de las distintas estrategias de intervención. Una de las tareas principales es la de identificar el impacto de las campañas de comunicación/información en el contexto de otros factores que afectan el comportamiento (Hornik 1997). Se ha hallado que la integración de las estrategias de movilización social y de mercadeo social ha dado buenos resultados y es un referente positivo para intervenciones futuras (McKee 1992).

La toma de conciencia de que las comunidades deben ser los actores principales de la comunicación para el desarrollo podría constituir un punto de partida para una mayor integración. Asimismo, los esfuerzos por lograr la integración de teorías y estrategias que reconocen que las campañas mediáticas no bastan sin una participación comunitaria, que las campañas de mercadeo social son débiles sin cambios ambientales, que el empoderamiento de las comunidades podría ser la meta decisiva para garantizar el desarrollo sostenible, son alentadores para la promoción del diálogo entre las distintas teorías y tradiciones.

Bibliografía citada

Atkin C. y Wallack L. (eds.) (1990). *Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts*. Newbury Park, Sage Publications.

Bandura, A. (1994). *Self-efficacy. The exercise of control*. New York, Freedman.

Bowes, J. E. (1997). "Communication and community development for health information: Constructs and models for evaluation". Trabajo preparado para la National Network of Libraries of Medicine, Pacific Northwest Region. Seattle, Washington, University of Washington, School of Communication.

Carey, J. W. (1989). *Communication as culture: essays on media and society*. Boston, Unwin Hyman.

FPRI Report (1994). Seminar Series Focuses on Successful Nutrition Programs, 16 (2).

Flay, B. R. y Burton, D. (1990). "Effective mass communication strategies for health campaigns" en Atkin C. y Wallack L. (eds.) *Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts*. Newbury Park, Sage Publications.

Fox, E. (s/f). "Conductismo y comunicación social, ¿hacia dónde nos llevó?".

Gibson, Cynthia (s/f). "Strategic communications for health and development". Texto mecanografiado.

Glanz K. y Rimer B. K. (1995). *Theory at a glance*. Washington, National Institute of Health.

Hornik, R. C. (1988). "Channel effectiveness in development communication programs" en Rice, R. E. y Atkin, C. K. (eds.) *Public information campaigns*. Newbury Park, Sage Publications.

Hornik, R. C. (1997). "Public health education and communication as policy instruments for bringing about changes in behavior" en Goldberg, M.; Fishbein, M. y Middlestadt, S. (eds.) *Social marketing*. Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum.

Kincaid, L. (1988). "The convergence theory of communication: Its implications for intercultural communication" en Kim, Y. Y. (ed.) *Theoretical perspectives on international communication*. Beverly Hills, California, Sage.

McDivitt, J.; Zimicki, S. y Hornik, R. (1997). "Explaining the Impact of a Communication Campaign to Change Vaccination Knowledge and Coverage in the Philippines" en *Health Communication*, 9 (2).

McKee, Neill (1992). *Social Mobilization & Social Marketing in Developing Communities: Lessons for Communicators*. Penang, Malasia, Southbound.

McLeroy, K. R.; Bibeau, D.; Steckler, A. y Glanz, K. (1988). "An ecological perspective on health promotion programs" en *Health education quarterly*, 15 (4).

Melkote, S. R. (1991). *Communication for development in the Third world*. Newbury Park, Sage Publications.

Minkler, M. (1999). "Personal responsibility for health? A review of the arguments and the evidence at century's end" en *Health education & behavior*, 26 (1).

Mita, R. y Simmons, R. (1995). "Diffusion of the culture of contraception: Program effects on young women in rural Bangladesh" en *Studies in family planning*, 26 (1).

Moemeka, A. A. (ed.) (1994). *Communicating for development: A new pan-disciplinary perspective*. Albany, New York, State University of New York Press.

Ogundimu, F. (1994). "Communicating knowledge of immunization for development: A case study from Nigeria" en Moemeka, A. A. (ed.) *Communicating for development: A new pan-disciplinary perspective*. Albany, New York, State University of New York Press.

Piotrow, P. T.; Kincaid, D. L.; Rimon, J. G. y Rinehart, W. (1997). *Health communication: Lessons from family planning and reproductive health*. Westport, Connecticut, Praeger.

Rockefeller Foundation (1999). *Communication for social change: A position paper and conference report*. New York, Rockefeller Foundation.

Rogers, E. M. (1998). "When the mass media have strong effects: Intermedia processes" en Trent, Judith (ed.) *Communication: Views from the helm for the twenty-first century*. Boston, Allyn and Bacon.

Rogers, E. M. y Kincaid, D. L. (1981). *Communication networks: A paradigm for new research*. New York, The Free Press.

Rogers, E. M.; Vaughan, P. W.; Swalehe, R. M. A.; Rao, N.; Svenkerud, P. y Sood, S. (1999). "Effects of an entertainment-education radio soap opera on family planning behavior in Tanzania" en *Studies in family planning*, 30 (3).

Servaes, J. (1996a) "Introduction: Participatory communication and research in development settings" en Servaes, J.; Jacobson, T. y White, S. A. (eds.) *Participatory communication for social change*. Thousand Oaks, Sage.

Servaes, J. (1996b). "Communication for Development in a Global Perspective: The Role of Governmental and Non-Governmental Agencies" en *Communications*, 21 (4).

Stetson, V. y Davis, R. (1999). *Health education in primary health care projects: A critical review of various approaches*. Washington D. C., Core Group.

Valente, T.; Kim, Y. M.; Lettenmaier, C.; Glass, W. y Dibba, Y. (1994). "Radio Promotion of Family Planning in the Gambia" en *International family planning perspectives*, 20 (3).

Wilkins, K. G. (1999). "Development discourse on gender and communication in strategies for social change" en *Journal of communication*, 49 (1).

Wisensale, S. K. y Khodair, A. A. (1998). "The two-child family: The Egyptian model of family planning" en *Journal of comparative family studies*, 29 (3).

Waisbord, Silvio (2002). "Towards a Theoretical and Empirical Convergence? Family Tree of Theories, Methodologies and Strategies in Development". Trabajo preparado para la Rockefeller Foundation. Reproducción autorizada por el autor mediante acuerdo de licencia con el Communication for Social Change Consortium.

Extracto de

La comunicación para el cambio social: un modelo integrado para medir el proceso y sus resultados

María Elena Figueroa, D. Lawrence Kincaid, Manju Rani y Gary Lewis

El Modelo Integrado de Comunicación para el Cambio Social (MICPCS) describe un proceso iterativo en el que el "diálogo comunitario" y la "acción colectiva" trabajan juntos para producir un cambio social en una comunidad a fin de mejorar la salud y el bienestar de todos sus integrantes.

El desarrollo de una comunidad puede ocurrir por medio de una variedad de procesos de cambio:

Cambio generado externamente, como la construcción de sistemas de agua potable, carreteras y clínicas de salud por foráneos, que conduce a una reducción en la incidencia de enfermedades en las comunidades afectadas.

Cambio en el comportamiento individual, tal como la adopción de agua clorada, soluciones de rehidratación oral para la diarrea y visitas a las clínicas de salud locales que, conjuntamente, conducen a una reducción en la incidencia de enfermedades en las comunidades que evidencian suficiente cambio individual.

Influencia social de los cambios en el comportamiento individual, mediante la cual las personas que adoptan un nuevo comportamiento de salud abogan públicamente por su adopción ante otras personas, de modo que aumenta el índice de cambio (declive) en la incidencia de enfermedades.

Diálogo comunitario y acción colectiva en los que los miembros de una comunidad actúan en grupo para resolver un problema compartido, tal como los altos índices de diarrea, la falta de agua potable, etc., lo cual conduce no sólo a una reducción en la incidencia de enfermedades en la comunidad, sino también a un cambio social que incrementa la capacidad *colectiva* de resolver problemas nuevos.

El MICPCS se elaboró para describir el último tipo de cambio: el diálogo comunitario y la acción colectiva. Los cuatro tipos de cambio no son excluyentes. Por ejemplo, los proyectos de desarrollo gubernamentales generados externamente también pueden incluir la adopción individual de nuevos comportamientos con influencia social. Un proyecto de acción colectiva, tal como conseguir que todos los hogares eliminen las fuentes de agua estancada para erradicar la propagación de la fiebre del dengue a través de los mosquitos, podría requerir un cambio en el comportamiento individual debido a la presión social de los vecinos. El modelo integrado deviene de la extensa literatura sobre comunicación para el desarrollo de comienzos de la década de 1960. El trabajo de los teóricos y activistas latinoamericanos de la comunicación, particularmente, se utilizó por su claridad y sus valiosas recomendaciones a favor de un planteamiento más integrado e integrador de los pobladores en el uso de la comunicación para el desarrollo. Asimismo, las teorías de dinámica de grupo (Cartwright y Zander 1968, Zander 1996), resolución de conflictos (Carpenter y Kennedy 1988, Yankelovich 1999), liderazgo (Scholtes 1998), mejora de la calidad (Tenner y DeToro 1992, Walton 1986) y búsqueda futura (Weisbord y Janoff 1995, Weisbord y otros 1992), así como la teoría de comunicación de red/convergencia (Rogers y Kincaid 1981, Kincaid 1988), se han utilizado para elaborar este modelo.

Catalizador

El modelo describe un proceso iterativo dinámico que empieza con un "catalizador/estímulo" que puede ser interno o externo a la comunidad. Este catalizador lleva a un *diálogo* en la comunidad que, cuando es eficaz, conduce a una acción colectiva y a la resolución de un problema en común.

El modelo identifica seis catalizadores potenciales:

1. Un *estímulo interno* podría ser el descubrimiento de altos niveles de arsénico en los pozos de la comunidad, el inicio de una epidemia como el SIDA, aumentos evidentes en la mortandad materna o, quizá, la sugerencia de un líder local que incita a los miembros de la comunidad a hablar entre ellos sobre un problema de salud.
2. Un *agente de cambio*, tal como los usados en la mayoría de las intervenciones comunitarias de las ONG, podría visitar una comunidad para iniciar un debate sobre las "necesidades percibidas" o sobre un problema de salud específico para inducir a la comunidad a emprender algún tipo de acción colectiva.
3. Una *innovación*, tal como una nueva solución oral de rehidratación, una nueva vacuna o la disponibilidad de un nuevo tipo de desinfectante de cloro para el agua, podría inducir a una comunidad a hablar sobre su adopción.
4. *Políticas* que llevan a la comunidad a actuar, tal como una ley nueva que exige que todos los niños terminen la educación primaria.
5. La *disponibilidad de tecnología*, tal como un anticonceptivo inyectable o equipo de excavación mecánico, podría inducir a una comunidad a hablar sobre la planificación familiar o a reconsiderar la construcción de pozos nuevos.
6. Los *medios de masas*, incluidos los mensajes diseñados para incentivar el comportamiento individual o la acción colectiva, podrían inducir a los miembros de una comunidad a adoptar un comportamiento o emular a otras comunidades que han logrado alguna meta en común trabajando juntos.

El catalizador en el modelo representa el detonante que inicia el diálogo comunitario sobre un tema específico de preocupación o interés de la comunidad. Este catalizador es una pieza que está ausente en la mayoría de la literatura sobre comunicación para el desarrollo. Gran parte de la producción actual sugiere que la comunidad inicia el diálogo y la acción *espontáneamente*, o que un agente de cambio externo visita la comunidad para movilizarla. La experiencia ha demostrado que las comunidades rara vez inician un diálogo sobre un problema espontáneamente y que algunas efectivamente emprenden acciones por su cuenta sin la visita de agentes de cambio externos.

Algunos autores, como Juan Díaz Bordenave (1998), inician la descripción de un proceso comunitario con la "identificación del problema". Cabría preguntarse cómo se identifica un problema en contextos en los que "un problema" es visto en la comunidad como algo "normal". Por ejemplo, podría ser normal que los niños menores de un año mueran con frecuencia, o que las madres lo hagan durante el embarazo. Lo que sugiere el modelo es que generalmente se necesita algún tipo de *catalizador* para inducir a una comunidad a considerar y debatir un problema. Una vez iniciado el debate, éste puede desarrollarse en varias direcciones: desde simplemente crear un mayor sentido de insatisfacción, a incitar el conflicto en la comunidad o a una acción conjunta que ayude a resolver el problema.

Bibliografía citada

Carpenter, S. L. y Kennedy W. J. D. (1988). *Managing Public Disputes: A Practical Guide to Handling Conflict and Reaching Agreements*. San Francisco, Jossey-Bass Publishers.

Cartwright, D. y Zander, A. F. (eds.) (1968). *Group dynamics*. New York, Harper and Row.

Díaz Bordenave, J. (1998). "Relation of communication with community mobilization processes for health" en Beltrán, L. R. y González, S. F. (comp.) *Community mobilization for health: Multidisciplinary dialogue*. JIIU and SAVE.

Kincaid, D. L. (1988). "The convergence theory of communication: Its implications for intercultural communication" en Kim, Y. Y. (ed.) *Theoretical Perspectives* XII, *International and Intercultural Annual*. Beverly Hills, California, Sage.

Rogers, E. M. y Kincaid, D. L. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York, The Free Press.

Scholtes, P. R. (1998). *Leader's Handbook: Making Things Happen, Getting Things Done*. New York, McGraw-Hill.

Tenner, A. R. y DeToro, I. J. (1992). *Total Quality Management: Three Steps to Continuous Improvement*. Reading, Massachusetts, Addison-Wesley.

Walton, M. (1986). *The Deming Management Method*. New York, Perigee Books.

Weisbord, M. R. y Janoff, S. (1995). *Future Search: An Action Guide to Finding Common Ground*. San Francisco, Berrett-Koehler Publishers.

Weisbord, M. R. y otros (1992). *Common Ground: How Future Search Conferences Bring People Together to Achieve Breakthrough Innovation Empowerment, Shared Vision and Collaborative Action*. San Francisco, Berrett-Koehler Publishers.

Yankelovich, D. (1999). *The Magic of Dialogue: Transforming Conflict into Cooperation*. New York, Simon & Schuster.

Zander, A. F. (1971/1996). *Motives and Goals in Groups*. New Brunswick, New Jersey, Transaction Publishing.

Figueroa, M. E.; Kincaid, D. L.; Rani, M. y Lewis, G. (2002) "Communication for social change: An integrated model for measuring the process and its outcomes" en *Communication for Social Change* (Working Paper series). New York, The Rockefeller Foundation y Johns Hopkins University. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor mediante contrato de licencia.

Comunicación, desarrollo y promoción de la salud: enfoques, balances y desafíos

José Miguel Pereira G.
y Martha Cardozo Buitrago

omunicación y desarrollo en América Latina

En un recorrido histórico por el campo intelectual de la comunicación en América Latina (Pereira y otros 1998), podemos afirmar que las relaciones entre comunicación y desarrollo son de esas expresiones que operan como un mapa: su uso sirve para designar aquella tarea integradora de la sociedad y la difusión de actitudes modernas para salir del atraso, como también para señalar las acciones y las luchas de diversos sectores de la sociedad por democratizar el acceso a los medios de comunicación y por ampliar el ejercicio de la libertad de expresión y la participación ciudadana. Esta es una relación que, a su vez, está estrechamente vinculada a una vieja pero renovada discusión sobre las posibilidades de la democracia en América Latina: ¿cómo conjugar el crecimiento económico con la democracia política y la equidad social?

En efecto, desde su inserción institucional en los programas de gobierno y de gestión social, a fines de la década de los años 1950, la comunicación se ha considerado como un "socio natural" de las acciones y promesas desarrollistas, liberadoras o democratizadoras emprendidas por el Estado y/o sectores de la sociedad en procura de afirmar y fortalecer una esfera pública moderna, capaz de integrar a una población en torno, no sólo a un mercado económico nacional, sino a un núcleo compartido de valores que promuevan tanto el acceso igualitario al bienestar social, como la presencia activa de una(s) cultura(s) nacional(es) en los procesos de desarrollo.

¿Qué sucede en este contexto con la comunicación y, concretamente, con la comunicación para el desarrollo? En términos generales, es posible distinguir algunos escenarios de reflexión, investigación e intervención que han generado respuestas a este interrogante desde América Latina y han posibilitado construir el campo intelectual en el continente.

Comunicación: infraestructura para la integración nacional

De este modo, los vínculos entre comunicación y desarrollo dibujan un doble recorrido. En primer lugar, apuntan a la acción modernizadora, empren-

Comunicación, reflexividad y articulación

Extracto de *Nuevos y audaces retos comunicacionales para el desarrollo*

Rosa María Alfaro Moreno

La comunicación no se restringe exclusivamente a trabajar la relación entre desarrollo y sociedad. Internamente le toca un papel motivador de reflexión y autocrítica sobre las prácticas y los sustentos teóricos con los que trabaja. Es decir, se hace cargo de la indispensable confrontación entre lo que se hace, lo que se logra y lo que va ocurriendo en la sociedad, a la luz de las nuevas teorías sociales que vayan surgiendo. De allí que sea importante apostar a un comunicador pensante del desarrollo, capaz de generar diálogos y conversaciones sobre intervenciones y sentidos que van emergiendo de las prácticas y las problemáticas de nuestras sociedades. No sólo es un motivador sino que organiza las discusiones acerca del desarrollo, lo más comunicativamente posible, produciendo acuerdos e identificando con tolerancia los disensos. Propicia diversas formas o estrategias para lograrlo. En esa perspectiva, colocar el tema de los sujetos del desarrollo, su comprensión, los cambios y evoluciones que viven en sus sensibilidades e identidades culturales como también la calidad de su participación en el desarrollo, son aspectos especialmente destacables.

Ello supone promover y gestionar la articulación comunicativa entre los diferentes actores del cambio, para que puedan intercambiar ideas y coordinar relaciones, superando la fragmentación en la que nos encontramos, ya descrita anteriormente. Significa por lo tanto buscar formas de cohesión entre la sociedad civil y entre ella con el Estado. La primera no puede ser una lista de instituciones y organizaciones sino un foro comunicativo permanente, generador de trabajos conjuntos. Es decir, la comunicación debe ser parte constitutiva de la acción por el cambio, tanto en los momentos de tribulación, fracaso o éxito vividos, como en los de logros y certezas. Oficia como un sistema sanguíneo que hace recorrer la fuerza vital del cuerpo, al que además hay que cuidar, incrementar y mejorar.

Un segundo aspecto debe apuntar a que los proyectos de desarrollo se sitúen en la relación comunidad-localidad-país-mundo, no asumida como línea recta, sino como impulsos de articulación entre diferentes ámbitos para justificar los objetivos más profundos del desarrollo y hacerlos legítimos. Ayuda la práctica del posicionamiento pero no necesariamente satisface esa interrelación. Es indispensable apostar al intercambio y la solidaridad como prácticas de vida y de comunicación. Darle lugar a la conversación permanente. No se trata de diseminar y multiplicar mensajes, sino de gestar redes de articulación entre actores e instituciones de diferentes ámbitos, cuando sea posible y pertinente. Se trata de usar lo virtual en relación a la movilización comunitaria, la bilateral y la directa. Lo que ocurre en el mundo importa hasta en la más pequeña comunidad si es que sabemos hacer los puentes necesarios, montando una información pedagógica altamente comunicativa y convocante, capaz de enlazar voluntades y experiencias de cambio.

Alfaro Moreno, Rosa María (2003). Conferencia magistral publicada en la revista *Comunifé*, N° 3. Lima, Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Reproducción autorizada por la autora.

dida por los estados para integrar y cohesionar a los diversos sectores de la sociedad en los grandes cambios que produce el desarrollo industrial y tecnológico, sobre todo, a partir de la segunda mitad del siglo XX. Esto con el propósito de que la transición de una sociedad tradicional a una sociedad moderna se lleve a cabo armónica e institucionalmente, es decir, como una "revolución pacífica", con capacidad de generar prosperidad económica y estabilidad política en las naciones marginadas de los beneficios del progreso. En este sentido, la comunicación se ha erigido como una variable dependiente del cambio social pero, sobre todo, ha pasado a convertirse en sinónimo de la integración nacional que ha de llegar de la mano del desarrollo modernizador.

Comunicación multifacética

Extracto de *Nuevos y audaces retos comunicacionales para el desarrollo*

Rosa María Alfaro Moreno

Un buen comunicador debe usar diferentes ámbitos, medios y metodologías, desde las más tradicionales hasta las más creativas, pero guardando la coherencia entre esas diferentes intervenciones. La radio sola avanza poco. Igual que con la televisión, que tendrá mucho impacto en el momento, aquella no consolida logros y procesos de cambio. La conversación, el taller, el foro de discusión, la reunión de la organización, que generan la relación bilateral, son también metodologías insuficientes. La utilización de la calle y de otros espacios públicos, usando las modalidades de feria, de fiesta, de comparsa o caravana con diferentes opciones de participación para la gente, suele ser productiva pero no es de largo aliento. De la misma manera diferentes géneros comunicacionales son complementarios entre sí: la radionovela, la información, algo de publicidad, el debate, la comedia, etc. Cuantos más métodos se utilicen, unos ciudadanos se acomodarán a unos más que a otros; en cambio hay quienes serán fanáticos de sólo una o dos formas de comunicar. Aunque tampoco hay que atiborrar a los proyectos de muchas metodologías de expresión. Pero combinar es siempre una práctica más plural y convincente en la importancia del tema a tratar. También es importante hacer variaciones, ensayar oportunidades nuevas, definir el comportamiento comunicacional en su identidad precisa en algunos aspectos e interesante en otros porque siempre trae novedades. Y en algunos sectores funcionan unos instrumentos más que otros, especialmente cuando hay resistencias, miedos y sospechas acerca del cambio o del personaje en cuestión. En este sentido la comunicación es multifacética y profundamente creativa, pero cultural y educativamente pertinente.

Y no se debe centrar en un solo tema, más bien debería permitir que éste se abra en todas las articulaciones posibles, para luego volver sobre él. No podemos imponer un tema desprendiéndolo de otros cuando la gente no lo vive así. Pero a la vez es importante que aprenda a concentrarse en problemas específicos para poder resolverlos. A los comunicadores nos importan los actores del desarrollo, el proceso vivido, lo que van consiguiendo, el esquema valórico que puedan armar, pues el pragmatismo y el clientelismo en las poblaciones altamente necesitadas son muy altos, constituyendo un modo de relacionarse con los diferentes. La ética comunicacional, básicamente humana, debe defender al sujeto, su proceso y el cambio, en un clima de participación y libertad, de promoción del ejercicio de la conversación y la creatividad. Cuando los otros profesionales coloquen el resultado cuantitativo como la meta a lograr, el comunicador debe generar otros indicadores más cualitativos de lo conseguido o avanzado. Y su rol debe buscar un equilibro entre comunicación y desarrollo. [...]

Sólo seremos capaces de ser sociedad civil global cuando sepamos unir lo individual, lo público estatal, lo local y nacional, las organizaciones de diverso tipo en una cadena de influencias y principios éticos comunes que nos permitan entonces relevar el sentido de comunidad desde la búsqueda común del camino viable de transformación del mundo poniendo en cuestión al propio modelo de la globalización.

Alfaro Moreno, Rosa María (2003). Conferencia magistral publicada en la revista *Comunifé*, N° 3. Lima, Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Reproducción autorizada por la autora.

Desde una función técnica, la comunicación ha desempeñado un papel protagónico en la creación de una infraestructura física de comunicaciones —carreteras, ferrocarriles, puertos, sistemas telefónicos, informáticos, de radiodifusión, televisión e impresos— dirigido a hacer viables los programas de transición económica al capitalismo, esto es, de modernización industrial, constitución de mercados internos y transferencia tecnológica.

Comunicación: difusión y extensión

De otro lado, la comunicación y la educación para el desarrollo se orientaron a difundir y a conquistar, bajo la conducción de expertos internacionales, las mentes y los corazones de nuestros hombres y mujeres, en torno a un discurso universal de valores modernos sobre la familia, el control de la natalidad, la explosión demográfica, la educación, la salud, el sector agrario, la tecnología y la cultura. ¿Y esto con qué propósito? Con el fin de levantar desde allí las bases institucionales de una esfera pública nacional y de unos públicos o audiencias nacionales que, superando el atraso y la resistencia al cambio cultural, le ofrezcan la bienvenida al progreso y al desarrollo moderno de la sociedad. Con esta perspectiva se buscaba disminuir los niveles de analfabetismo, lograr mejoras en la planificación familiar e incrementar la productividad del trabajo campesino.

Comunicación e información: democracia y ciudadanía

Los vínculos entre comunicación y desarrollo han señalado una serie de luchas sociales, políticas y culturales que han demarcado el itinerario de lo que somos y deseamos ser. El propósito de estas luchas ha sido democratizar el sistema comunicativo que se erige como vertical en estos países, así como participar en las reconfiguraciones mismas de nuestra modernidad. De una modernidad heterogénea, cuyo reto no sólo consiste en incorporarse al "ideario ilustrado" que nos obliga a ser, por fin, modernos, sino también en ajustar la experiencia de la modernidad a condiciones "periféricas" de existencia en las que conviven memorias históricas e identidades culturales con la razón universal, la técnica y el progreso.

Los protagonistas de esta relación entre la comunicación y el desarrollo han sido diversos: obreros, campesinos, indígenas, mujeres, intelectuales, artistas, asociaciones cristianas de base y, más recientemente, movimientos sociales que reivindican el derecho a la vida, la preservación y conservación del medio ambiente, la autonomía local y regional y los derechos humanos, entre otros. Sujetos estos que se identifican, en mayor o menor medida, con una noción de modernización de la esfera pública nacional que no se agote en el desarrollo y crecimiento económico, medido esencialmente por el producto interno bruto per cápita, sino que implique una ampliación de la ciudadanía desde el reconocimiento político/cultural de las justas diferencias y la igualdad en el derecho a la expresión pública que tienen las diferentes "voces" que forman parte de una democracia. Se trata de ampliar el ejercicio de la libertad de expresión y la participación ciudadana.

Comunicación y vida cotidiana: lo popular

A comienzos de los años 1980 la comunicación para el desarrollo aparece ligada a un nuevo enfoque sobre las culturas populares y los movimientos sociales. Retomando las dimensiones de lo local, lo cotidiano, lo micro y lo territorial, esta renovada concepción investigativa desbordó los planteamientos de la corriente alternativista que estaban dedicados a identificar lo popular en tanto sinónimo —incontaminado— de todas aquellas fuerzas impugnadoras del sistema, como a oponer una barrera infranqueable entre la cultura popular y la cultura de masas. Más bien, es un tipo de análisis, cuya reflexión se inicia en los años 1980, que busca

indagar las formas de constitución de lo popular al interior de la cultura de masas y los complejos procesos de confrontación, negociación, acomodación y adaptación que viven, desde su cotidianidad, las mayorías sociales frente a la masificación de su existencia.

Como bien afirma Jesús Martín Barbero (1987), uno de los investigadores pioneros en esta manera de asumir la cultura popular, «estamos descubriendo en estos últimos años que lo popular no habla únicamente desde las culturas indígenas o campesinas, sino también desde la trama espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano y de lo masivo. Que, al menos en América Latina, y contrariamente a las profecías de la implosión de lo social, las masas aún contienen, en el doble sentido de controlar pero también de tener dentro, al pueblo».

Se trata, por cierto, de una concepción de lo popular que es complementaria al surgimiento de una multiplicidad de redes sociales, cuyas demandas individuales y colectivas entran a desbordar las reivindicaciones puramente políticas en torno a la toma del poder y se ubican en las luchas concretas por el significado mismo de la vida. Redes sociales que ponen en el centro de la discusión pública temáticas en torno al cuerpo, la salud, la sexualidad, los derechos humanos, la droga, la deuda externa, el género, el racismo y la ecología, cuestiones que han sido relegadas tanto por los espacios y agentes tradicionales de la representación política, como por «el mito igualitarista de la aldea global y del nuevo orden tecnológico de la comunicación» (Mattelart 1993), que surgen, a la vez, de una "diversificación" del desarrollo, gestado desde grupos específicos: mujeres, jóvenes, ambientalistas, vecinos, trabajadores de la calle, homosexuales, entre otros, que intentan asumir la gestión de sus propios intereses, apoyándose en una fusión de sus roles privados con los públicos y en la introducción de dimensiones expresivas y simbólicas en sus demandas políticas por una vida digna.

Comunicación como negociación: recepción y consumo cultural

La comunicación para el desarrollo aparece articulada a una temática que, hasta finales de los años 1980, estaba bastante relegada de la investigación latinoamericana en comunicación: la cuestión de los estudios sobre recepción y consumo cultural. Se trata de una línea de investigación que ha entrado a llenar el vacío dejado por anteriores paradigmas de la comunicación. Esto es, el vacío que ha estado vinculado tanto a la ausencia de análisis sobre las mediaciones y resignificaciones que intervienen en los procesos de apropiación y uso de los mensajes provenientes de los medios de comunicación, como a la dificultad para comprender la complejidad cultural de nuestras sociedades y, muy particularmente, el fenómeno de la cultura de masas.

Este tipo de análisis, «busca incorporar la dimensión del consumo [y la recepción] en un análisis más global del campo cultural. Pero su importancia va más allá del interés académico, pues recientemente se detecta la relevancia que adquieren los estudios sobre este tema en el plano de la formulación de políticas culturales. En particular, se advierte que un planteamiento democrático en este terreno implica superar creativamente la formulación meramente dirigista y vincular orientaciones globales con demandas reales de una diversidad de segmentos de población» (Catalán y Sunkel 1991).

En esta perspectiva hay un claro "retorno al sujeto", que lleva a examinar en los procesos de recepción cómo los públicos codifican y re-semantizan los mensajes de la comunicación masiva, así como a reconocer que en el consumo no sólo existe una racionalidad económica, sino que en él también se manifiesta una racionalidad sociopolítica interactiva. Por eso, más allá de reducir el problema del consumo y la recepción a una ecuación de la oferta y la demanda, «la aparición del tema del papel activo del receptor y del usuario es indisociable de las preguntas que se hacen los ciudadanos organizados en la

sociedad civil acerca de las posibilidades de ejercer un control democrático real sobre los nuevos flujos y las nuevas redes de comunicación» (Mattelart).

Esta reflexión crea entonces la conciencia de que es preciso remitirse a los actores sociales, movimientos sociales, campesinos, indígenas, obreros, entre otros, para trabajar en los propósitos del desarrollo.

Comunicación como interconexión: globalización y cultura

Además, la comunicación para el desarrollo aparece vinculada a los nuevos modos de habitar el espacio-mundo que nos ha correspondido vivir. Pues a lo que asistimos hoy es a un espíritu del tiempo que está fuertemente marcado por un doble movimiento. De un lado, por el surgimiento de redes de información, comunicación y conocimiento que nos convierten en habitantes planetarios sin salir de casa y nos conectan globalmente con una agenda mundial sin la cual cada vez es más difícil saber qué sucede con la economía, los derechos humanos, el narcotráfico y el medio ambiente, para citar tan sólo unos ejemplos. De otro lado, por la aparición de serios procesos, tanto de privatización de la existencia —que nos invitan al encierro en lo íntimo-individual—, como de fragmentación ciudadana y pérdida de fe en las tradicionales certezas para enfrentar el futuro, "hacer" política o dotar de sentido a la cuestión de las identidades colectivas (Tomlinson 1999).

Espacio-mundo que además contiene procesos bien complejos de globalización económica, diferenciación cultural y homogeneización de los estilos de vida que, para el caso latinoamericano, no se pueden desconocer en su impacto en las culturas populares y nacionales. Como apunta Jesús Martín Barbero (1995), «en estos momentos ya no podemos dejar de reconocer que estamos insertos en el mercado mundial. El modo como hemos sido incluidos-excluidos es nuestra peculiaridad, es la manera como históricamente se han producido nuestras políticas, nuestras instituciones. Eso ya es algo inalterable y no podemos echarnos atrás o refugiarnos en un sitio que no haya sido tocado o penetrado. Aunque nos pese y por más rabia que nos dé, estamos en este espacio mundial de esta manera, y eso constituye ya parte de nuestro ser y de nuestro hacer. El problema ya no es decir si nos integramos o no, sino cómo hacemos para integrarnos de una manera que no nos destruya, pero que sí nos transforme».

Diseño de políticas de comunicación y cultura

La comunicación para el desarrollo está ligada, además, al debate sobre las políticas culturales. Se trata de una línea de análisis que tiene como punto de partida dos consideraciones fundamentales. De un lado, parte de reconocer el papel decisivo que juega el campo cultural en los procesos de desarrollo político y socioeconómico de nuestras sociedades. Situación ante la cual, las políticas culturales pueden desempeñar un papel activo de intervenciones y concertaciones entre el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados «a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consensos para un tipo de orden o de transformación social» (García Canclini 1995).

Esta formulación de políticas culturales busca la promoción de nuevos modos de concertación entre el Estado y la sociedad orientados hacia la creación y fortalecimiento democrático de una esfera pública, en cuyo eje central estaría «la construcción del sentido, la generación de símbolos culturales y la proyección de una concepción del desarrollo histórico que suscite amplia participación e identificación» (White 1992).

Bibliografía citada

Catalán, Carlos y Sunkel, Guillermo (1991). "La tematización de las comunicaciones en América Latina" en *Comunicación*, Nº 74. Caracas.

García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y Ciudadanos.* México, Grijalbo.

Martín Barbero, Jesús (1987). "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana" en *Diálogos de la Comunicación*, Nº 17. Lima.

Martín Barbero, Jesús (1995). *Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos.* Cali, Universidad del Valle.

Mattelart, Armand (1993). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias.* Madrid, Fundesco.

Pereira, G. José Miguel; Bonilla, Jorge Iván y Benavides, Julio (1998). "Comunicación en contextos de desarrollo: balances y perspectivas" en revista *Signo y Pensamiento*, Nº 32. Bogotá, Universidad Javeriana.

Tomlinson, John (1999). *Globalización y cultura.* México, Oxford University Press.

White, Robert (1992). "Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo" en *Diálogos de la Comunicación*, Nº 34.

La comunicación como proceso

Extracto de *De la modernización a la participación: el pasado y el futuro de la comunicación para el desarrollo en los estudios de medios*

Robert Huesca

Más que cualquier otro aspecto de la crítica latinoamericana, la observación de que la comunicación a menudo se conceptualizaba en términos estáticos, y no de proceso, constituyó el reto más grande para los profesionales del desarrollo. Los teóricos del Norte habían estado luchando con los modelos de proceso de la comunicación desde que el trabajo de Berlo (1960) abogó tan convincentemente en su favor. Sin embargo, la construcción de Berlo del modelo Emisor-Mensaje-Canal-Receptor de la comunicación demostró la tenacidad de los modelos estáticos y lineales que identificaban componentes susceptibles de investigación y de integración en el diseño de programas de desarrollo. También demostró el carácter elusivo de la naturaleza del proceso dinámico de la comunicación.

Los teóricos latinoamericanos introdujeron una orientación fenomenológica que modificó radicalmente la conceptualización, el estudio y la práctica de la comunicación para el desarrollo. En lugar de centrarse en las partes constitutivas de la comunicación, introdujeron conceptos más fluidos y elásticos que se centraban en "cómo el significado deviene" en su definición. Remitiéndose a los proponentes de la fenomenología del continente, Pasquali (1963) sostenía que el conocimiento del desarrollo debía generarse fenomenológicamente, es decir, mediante una acción intencional, libre de presupuestos, en el mundo. Esta posición minaba, en el nivel más fundamental, los planteamientos de la modernización que suponían una separación entre el sujeto y el objeto, entre el investigador y el destinatario del desarrollo. Esta conceptualización más fluida y centrada en el significado de la comunicación enfatizaba la co-presencia, la intersubjetividad, el "estar en el mundo" fenomenológico y la apertura entre interlocutores. Esta perspectiva introdujo una epistemología sofisticada al alegar que la comprensión de la realidad social se producía entre personas, en contextos materiales y en la comunicación. Freire (1973) capturó el sentido en que se usa la orientación fenomenológica en las obras sobre comunicación:

> «Nuestra conciencia, nuestra "intencionalidad" hacia el mundo, siempre está consciente de la realidad y en permanente movimiento hacia ella. [...] Esta relación constituye, con esto, una unidad dialéctica en la que un "saber en solidaridad" se genera al ser, y viceversa. Por este motivo, las explicaciones tanto objetivistas como subjetivistas que rompen esta dialéctica, dicotomizando aquello que no es dicotomizable (sujeto-objeto), no son capaces de entender la realidad».

En otras palabras, los planteamientos tradicionales del desarrollo de "entender la realidad" a través de una definición unilateral de los problemas, objetivos y soluciones, fueron criticados por violar la esencia misma de la comunicación.

Pasquali llegó al punto de decir que el concepto de "comunicación de masas" era un oxímoron y que los medios latinoamericanos constituían una «oligarquía de la información» que cultivaba un contexto social caracterizado por una «atrofia comunicacional». Aunque su análisis se dirigía en sentido amplio a los temas de los medios y la cultura, los tipos de proyectos de comunicación para el desarrollo, usuales en la época, coincidían con su análisis. Esta crítica fundamental de los modelos estáticos de la comunicación condujo a llamados a abandonar los planteamientos "verticales" de la transmisión de información y a adoptar proyectos "horizontales" que resaltaran el acceso, el diálogo y la participación (Beltrán 1980). La crítica latinoamericana del paradigma dominante como una extensión de la dominación y el llamado a planteamientos del desarrollo más igualitarios y receptivos fueron seguidos de un caudal robusto de investigación sobre la "comunicación participativa", que ha emergido como el concepto más influyente en las décadas siguientes.

Bibliografía citada

Beltrán, L. R. (1980). "A farewell to Aristotle: 'Horizontal' Communication" en *Communication*, 5.

Berlo, D. (1960). *The Process of communication: an Introduction to Theory and Practice*. San Francisco, Holt, Rinehart and Winston.

Freire, P. (1973). *¿Extensión o comunicación?* Buenos Aires, Siglo XXI.

Pasquali, A. (1963). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Universidad Central de Venezuela.

Pereira González, José Miguel y Cardozo Buitrago, Martha (2003). "Comunicación, desarrollo y promoción de la salud: enfoques, balances y desafíos". Texto presentado en el III Congreso Nacional de Comunicación y Salud y en el I Congreso Latinoamericano de Comunicación y Salud. Cochabamba, Bolivia, 3-6 de septiembre. Reproducción autorizada por los autores.

Huesca, R. (2003). "From Modernization to Participation: The Past and Future of Development Communication in Media Studies" en Valdivia, A. N. (ed.) *A Companion to Media Studies*. Malden, Massachusetts, Blackwell Publishing. Reproducción autorizada por el autor y el titular de los derechos de autor.

Apuntes de historia de una comunicología posible.

Hipótesis de configuración y trayectoria

Jesús Galindo Cáceres

Los primeros pasos de un oficio, hacer una historia de la ciencia comunicológica

Hace un siglo no había comunicología; en sentido estricto, no había teoría de la comunicación. No había campo académico con esos nombres. No había escuelas universitarias ni grupos de estudio. No había centros de investigación con ese objeto. No había redes de investigadores. No había presupuestos oficiales para su exploración y desarrollo. No había debates en su nombre, no había espacios de divulgación pública. No había revistas, ni boletines, ni congresos, ni reuniones, ni posgrados, ni campo profesional. Sólo había algunas ideas, algunos apuntes, curiosidades, visiones. Y cien años después todo ha cambiado; éste es un campo académico-profesional en auge, en emergencia explosiva, ocupando la primera línea de todas las agendas políticas y económicas, en el corazón de los debates culturales. Algo pasó, algo que ha modificado al planeta, algo que nos ha transformado en el centro y aún no despertamos de la sorpresa.

La pretensión de una historia de una comunicología posible tiene dos rostros, uno es de ambición excesiva e improbable, otro de necesidad justa y oportuna. Por una parte es tanto lo que ha pasado en poco más de sesenta años, que intentar organizar la información existente bajo alguna óptica es un camino cuesta arriba arriesgado y por lo menos complicado, difícil, inmenso. Pero por otra parte es un momento, apenas un instante de la historia humana, con una vigencia actual impresionante, que supondría un esfuerzo con expectativas de logro en un corto plazo. Son pocos años, pero es mucho el material producido en tan corto tiempo. Y a eso hay que agregar la diversidad y la heterogeneidad de voces y matices. En un sentido amplio, se ha escrito y hablado mucho sobre comunicación. La primera tarea es tratar de ordenar en grandes apartados lo que en lo particular tiene un gusto extremo por el detalle. Y al mismo tiempo iniciar una labor de cribar lo que es sustantivo de lo que no lo es tanto, y ahí perder el hilo fino por la textura gruesa y evidente. En otro momento habría necesidad de recuperar lo perdido para enriquecer lo ordenado.

El punto es que ante tal universo posible, el trabajo ha sido avanzado en diversos puntos del camino, y ese trabajo ha sido útil para mirar atrás, para entender el presente y para promover algún futuro. Y como suele suceder en el pequeño gran mundo de los historiadores, muchos de esos recuentos se han convertido en lugares comunes que permiten consenso en las miradas, al tiempo que inhiben posibles observaciones alternativas. El trabajo de un historiador de la comunicología será en este sentido doble, por una parte cumplir con la tarea de relevo respecto de los oficios y vicios de otros —los antecedentes— y por otra parte ensayar el mirar un poco más allá de lo previsto. No hay mucho para donde moverse, nuestras propias expectativas son producto de los que nos han educado.

En nuestro medio sólo hay un texto que puede llevar el nombre de historia de las teorías de la comunicación con toda legitimidad: el libro de Armand y Michèle Mattelart. El resto son apuntes y ensayos dispersos en obras con otros objetivos, algunos más cercanos y otros más lejanos de la imagen de

un oficio de historia de la ciencia. El ordenar estos textos es en sí misma una labor que supone una concentración de energía y esfuerzo especiales. Estamos lejos aún de la aplicación del oficio de hacer historia de la ciencia comunicológica en forma sistemática y gremial. Por un lado la aún novedad del asunto para la observación historiadora, poco más de sesenta recientes años, por otro el desinterés casi comprensible por algo que aún no tiene forma estable. Como sea, el asunto es que aquí la propuesta es apuntar en esa dirección, y de lo perdido rescatar lo que aparezca.

Hacer una historia de la ciencia supone mirar en varios niveles y varias dimensiones. En principio está el propio fruto del trabajo académico, lo que se ha producido, pero eso implica contextos sociales generales y contextos propios del mundo científico, además del ámbito específico a partir del cual se desarrolla el tema, la comunicación. Son cuatro aspectos por lo menos, y el primero es de orden descriptivo historiográfico: dar cuenta de lo que se ha hecho, ubicarlo en algún momento y lugar, relacionarlo en cadenas de antecedentes y consecuentes, y en vinculación con sus contemporáneos. Y para ello se requiere de algún criterio de identificación, un instrumento con el cual decidir esto sí es, esto no es. Y ese criterio puede surgir del propio mundo comunicológico o de algún criterio externo de autoridad. En nuestro caso las dos son buenas opciones; la propia comunidad académica ha ido acotando lo que le es propio y proponiendo ciertas fronteras, y también es posible mirar lo relatado y acontecido con una visión exterior constructiva a priori.

Lleva el nombre de comunicación dentro del campo de estudios con ese nombre en primer lugar todo lo relativo a los llamados medios de difusión masiva de información. Todo inicia con el fenómeno mundial de la radio y la televisión. Y no en sentido del fenómeno, sino de la mirada que lo nombra. La comunicología empieza con el estudio de los efectos de los medios de difusión electrónicos emergentes en el siglo veinte; primero, en los veinte, la radio, y después, a partir de los cincuenta, la televisión. De ahí que la historia comunicológica se ubique en sus inicios a partir de los veinte y treinta. Desde entonces se puede utilizar un criterio por décadas o por lapsos de veinte años. Así tendríamos a la fecha ocho o cuatro fases, según el criterio.

El otro punto de partida que detona el asunto es el lugar, y en este caso son los Estados Unidos de Norteamérica los que inician los estudios en comunicación masiva, formalizándolos en forma académica entre los años treinta y los cuarenta. Así que propiamente todo comienza en los treinta en los Estados Unidos de América. Antes de esto sólo cuentan ciertos antecedentes relacionados con el periodismo y la psicología de masas. Pero eso no es todo. La comunicación como fenómeno de interacción, como forma de la vida social, como parte del mundo de las relaciones humanas, también tiene otros vectores de organización académica y conceptual. En ese sentido tenemos dos vetas de organización separadas y en interrelación; por una parte, la historia de la mirada teórica a los medios de difusión y, por otra, la historia de la mirada teórica a la comunicación humana y social en un sentido que cubre desde lo interpersonal hasta lo colectivo. La comunicología en un sentido amplio incluye a estos dos colosos, y aún faltaría lo que conceptualmente también implica al mundo de las ciencias básicas.

El presente ejercicio se realizó a partir de una matriz general de descripción de textos, autores, contextos institucionales, que han sido registrados por la memoria escrita de un cuerpo de ensayos sobre la historia de la comunicología posible. Esa matriz se completa con una serie de datos que permiten una mirada de mayor precisión y claridad sobre hechos y actores. La guía básica enfatiza los autores y obras ejemplares, los centros de investigación protagonistas de la construcción del campo académico, las revistas académicas que han sido lugares fundamentales de difusión de ideas y programas. En forma complementaria se han descrito estos elementos con descriptores de contenido como preguntas y

problemas que han propiciado las obras, las metodologías utilizadas, las guías temáticas y los programas de investigación base de los que forman parte. Esta información se presenta en forma sintética en el siguiente apartado.

Hipótesis de configuración y trayectoria

La hipótesis de configuración incluye siete grandes programas de investigación, cada uno con su propia trayectoria y con vínculos cercanos con algún otro en ciertos momentos. Los momentos son cinco, antecedentes previos a 1920, de 1920 a 1940, de 1940 a 1960, de 1960 a 1980 y de 1980 a 2000. Los siete grandes programas son Mediología, Cibernética, Sociología cultural, Economía política, Sociología fenomenológica, Semio-lingüística y Psicología social. En las siguientes páginas será desplegado en forma breve el contenido de la hipótesis que ubica a estos siete programas en los cinco momentos.

Mediología

Antes de 1920. Casi no hay antecedentes sobre este punto; lo que existen son especulaciones sobre la prensa liberal y pretensiones sobre lo que la prensa puede hacer como medio de propaganda. No hay ninguna investigación sobre medios en sentido estricto. La Mediología aún no existe.

De 1920 a 1940. Aquí se inicia la historia mediológica; la aparición de la radio es un fuerte impacto para la sociedad del siglo diecinueve. En cierto sentido este es el gran fenómeno que inicia el siglo veinte. Durante los años treinta empieza la investigación, su punto de partida son los Estados Unidos de Norteamérica. Harold Laswell es el personaje central. Se publica en 1937 el *Public Opinion Quarterly*. La Universidad de Columbia crea un centro de investigación.

De 1940 a 1960. Esta es la etapa clave del despegue de la Mediología en Estados Unidos. La Figura central es la de Paul Lazarsfeld, las universidades del Este americano son centrales, la investigación sobre los medios se acelera por el fenómeno de la propaganda bélica y los aprendizajes de la segunda guerra mundial. La encuesta y la sociología funcionalista son la base del programa. Los europeos aparecen desde la crítica al fascismo.

De 1960 a 1980. El análisis de las audiencias sigue su camino hacia el fenómeno de la recepción. Elihu Katz propone los usos y gratificaciones. Aparece en los setenta Régis Debray con el concepto de Mediología, y a partir de ese momento el programa se ordena y recupera al libro y a la palabra. Europa dialoga con los Estados Unidos. Y el campo se enriquece.

De 1980 a 2000. La Mediología está en desarrollo. El mundo comunicológico se ordena en asociaciones de orden mundial y regional. Hay miles de profesionales académicos y el corazón son los medios de difusión. Todo cambia con la llegada de internet y las llamadas tecnologías de información y comunicación. Pierre Levy sigue la estafeta de Debray. Todos opinan y los diversos programas se encuentran.

Cibernética

Antes de 1920. Sólo antecedentes en un sentido amplio, como Charles Babbage y los pensadores del mundo formal y automatizado.

De 1920 a 1940. Al igual que la Mediología es en este momento que la Cibernética surge. También es un fenómeno de los años treinta. Norbert Wiener es su iniciador, pero hay otros pensadores asociados como Arturo Rosenblueth. Diálogo entre la biología, la medicina y la ingeniería.

De 1940 a 1960. Como en el caso de la Mediología es en esta época de guerra y posguerra en que la Cibernética toma rumbo. La teoría matemática de la información y la teoría de sistemas forman un

frente con ella. Las primeras aplicaciones en ciencias sociales se dan en el mundo de la política. Pero su rango de aplicación es amplio, a todas las ciencias y las ingenierías. Esta es la otra fundación de la comunicología.

De 1960 a 1980. La Cibernética se refunda en la Cibernética de segundo orden con Kart Heinz Von Föerster, y en el frente de las ciencias cognitivas. Las neurociencias y las tecnociencias se mueven al centro del mundo académico universal mientras las ciencias del siglo diecinueve viven la crisis de la posmodernidad.

De 1980 a 2000. El programa cibernético es universal, articula todos los saberes y oficios. La escuela de Palo Alto pone a la comunicación al centro desde esta perspectiva y la vincula a toda acción humana y social. La otra comunicología está en pleno desarrollo. El mundo de las ciencias sociales se impacta con la figura de Niklas Luhmann.

Sociología cultural

Antes de 1920. Los antecedentes de este programa son abundantes en el siglo diecinueve. Estamos hablando de la vertiente crítica de lo sociocultural, todo aquello que viene del llamado pensamiento de izquierda. Aquí los socialismos y los marxismos son fuentes básicas de lo que sucede en el siglo veinte. Aquí también el mundo anglo es central, pero con una inspiración en el continente europeo.

De 1920 a 1940. En Inglaterra, cuna oficial de los *estudios culturales*, se da en esta época un debate sobre la cultura y las clases sociales. Pero es en Estados Unidos alrededor de la llamada Escuela de Chicago donde la crítica social adquiere mayor peso. En Europa está en crisis el movimiento de izquierda frente a la creación de la Unión Soviética imperial, en Estados Unidos toma un matiz constructivo promoviendo la democracia. Al iniciar la segunda guerra la lucha contra el fascismo crea un frente del pensamiento de izquierda.

De 1940 a 1960. En esta etapa Europa se mueve hacia el estructuralismo, en Estados Unidos el funcionalismo toma un segundo aire con el estructural-funcionalismo. Una época en que la mirada a la cultura está cubierta por completo por la reconstrucción de la posguerra y el triunfalismo de los anglos. Es la llamada escuela de Frankfurt en el exilio la que une a los continentes dentro del pensamiento crítico cultural. Aparece la crítica a la industria cultural.

De 1960 a 1980. Este es el momento de despegue de los llamados estudios culturales. Con un inicio marxista, poco a poco se convierten en una crítica de la vida cotidiana y una etnografía de lo particular cultural. La escuela de Birmingham es el centro oficial del despegue. El mundo posmoderno llega a las ciencias sociales. Todo es cultura, el método es relativo, todo es significación. Lo cualitativo es la ley, la hermenéutica su guía.

De 1980 a 2000. La llamada escuela latinoamericana hace su aparición en una de sus dos vertientes, la culturalista. Martín Barbero, García Canclini, Ortiz son algunos de los nombres que forman la versión latina de los estudios culturales anglos. También tienen su origen en el marxismo y el pensamiento de izquierda, pero al igual que en el mundo anglo poco a poco se van moviendo hacia la retórica del detalle cultural y la fascinación por la cultura popular posmoderna asociada a los medios. En el mundo anglo el movimiento iniciado en la etapa anterior continúa y se diversifica en los estudios de lo particular, el feminismo, el indigenismo, el regionalismo, los jóvenes.

Economía política

Antes de 1920. Aquí al igual que en la Sociología crítica los antecedentes vienen del siglo diecinueve y el pensamiento de izquierda europeo. Ahora el matiz es económico. Las discusiones sobre la emergencia y desarrollo del capitalismo son la base de estos antecedentes, con Adam Smith y Marx a la cabeza.

De 1920 a 1940. En esta etapa la discusión continúa y se puede hablar de un segundo periodo de antecedentes para la versión comunicológica. Es momento de la emergencia de la Unión Soviética y también del fascismo.

De 1940 a 1960. En forma peculiar el proceso de migración de Europa a los Estados Unidos también afecta a este programa. Este es un tercer periodo de antecedentes. La guerra fría es el gran telón de fondo, en América aparece el fenómeno del castrismo y de la Cuba libre.

De 1960 a 1980. Aquí aparece el programa para la comunicología posible. Y surge en los Estados Unidos en el ambiente de la izquierda académica anglosajona, que en los dos continentes toma fuerza gracias al poder del mundo académico en inglés. Herbert Schiller y George Gerbner son parte del movimiento de crítica al mundo capitalista y al imperialismo cultural por vía de los medios masivos de difusión. Esta es una propuesta más marxista ortodoxa que la culturalista de la Sociología crítica. Y también tiene su versión latinoamericana en lo que se ha llamado el discurso de la denuncia imperialista, con autores como Beltrán, Pasquali y buena parte de la primera generación comunicológica latinoamericana.

De 1980 a 2000. El proceso continúa. El programa toma forma tanto en Estados Unidos como en Europa y en América Latina.

Sociología fenomenológica

Antes de 1920. Éste es un programa que se ha desarrollado dentro del campo académico sociológico. Su interés aquí es su enfoque hacia las relaciones sociales como relaciones de interacción. Los antecedentes vuelven a ser europeos y decimonónicos. Por un lado la perspectiva de la acción que viene de Weber, por otro la fenomenología que deriva de Hegel y Husserl (1992). Simmel es el gran autor sociológico.

De 1920 a 1940. La sociología de la interacción continúa, afecta a la Escuela de Chicago y tiene en Alfred Schütz, discípulo de Simmel, a su gran autor. También Mead está incluido en este movimiento. La filosofía analítica también está asociada con los juegos del lenguaje de Wittgenstein y los actos verbales de Austin.

De 1940 a 1960. El movimiento se vuelve norteamericano, una generación discreta vincula el momento anterior al que sigue. Aquí no hay grandes autores, en apariencia. Los maestros están formando a los nuevos protagonistas.

De 1960 a 1980. El programa vuelve a tomar fuerza. Por una parte la universidad invisible que vincula a Palo Alto con Goffman (1971) y su maestro Birdwhistell. Y por otra, los herederos de Simmel y Schütz, Berger y Luckmann. El movimiento tiene un rostro de introspección epistemológica y de exterioridad fenoménica. Aparece la Etnometodología.

De 1980 a 2000. Existe un gran frente fenomenológico interesado en la interacción y la comunicación. En los últimos tiempos toda esta intencionalidad adquiere un nuevo matiz, el de las redes. La interacción se desarrolla en redes sociales. Europeos y americanos fenomenológicos están hoy en este proceso constructivo en diálogo con el programa cibernético y cognitivo. Moreno, Latour, Callon, Najmanovich son personalidades emergentes.

La Semio-lingüística

Antes de 1920. Este programa también tiene sus antecedentes en Europa, y a diferencia de los otros con semejante característica ha continuado siendo europeo en lo fundamental. El gran antecedente es el padre del estructuralismo, el lingüista Ferdinand de Saussure. Y por otra parte uno de los fundadores del pragmatismo norteamericano, Charles Sanders Peirce. Semiología y Semiótica frente a frente.

De 1920 a 1940. El programa sigue siendo estructuralista y lingüístico. Aquí se desarrolla el Círculo de Praga, con migrantes rusos. La escuela rusa llega a Europa y de ahí a Estados Unidos y al mundo. Jakobson es una de las figuras centrales. En Estados Unidos el proyecto de la Enciclopedia de la Ciencia Unificada se construye a partir de la relación entre un lógico, Carnap, y un semiótico, Morris.

De 1940 a 1960. En esta etapa se continúa lo sucedido en la anterior. La segunda guerra mundial mueve a investigadores y se gesta el estructuralismo como una forma universal de organización del conocimiento a imagen y semejanza del lenguaje mismo. La semiótica pierde fuerza al caer académicamente la iniciativa de Chicago.

De 1960 a 1980. En Europa el estructuralismo toma fuerza con el programa semiológico de Roland Barthes y de Greimas. En Estados Unidos Morris, heredero de Peirce, y Sebeok continúan el proyecto semiótico. La semiótica pragmática se asocia con la sociología fenomenológica. En Francia se crea el Centro de Estudios de las Comunicaciones de Masas.

De 1980 a 2000. El estructuralismo se reforma y pasa a otra fase, el posestructuralismo se vuelve constructivista, se asocia a las ciencias cognitivas, se torna ecléctico. El pragmatismo semiótico también se reconfigura posmoderno. El lenguaje y la comunicación son un campo de confluencia interdisciplinaria, dentro de este programa revolucionado.

Psicología social

Antes de 1920. La Psicología es una de las disciplinas que fundan a una comunicología posible. Sus antecedentes están en el siglo diecinueve, en las raíces históricas mismas del pensamiento psicológico. Aquí vuelve a ser la interacción la que marca la pauta y la dimensión de relación entre el individuo y los demás, la Psicología social.

De 1920 a 1940. La historia de la Psicología y de la Psicología social en particular tiene en su origen al conductismo como la matriz de este pensamiento. A esta visión exterior se enfrenta una visión interior, la del psicoanálisis. Y entre estas dos se organiza el movimiento. Los medios aparecen en su mira muy temprano, pero también la clínica y las relaciones interpersonales. Kurt Lewin es el gran generador de una perspectiva psicológico social. La *Gestalt* dialoga con la fenomenología.

De 1940 a 1960. En este tiempo aparece la tercera fuerza, la psicología del desarrollo personal, con Carl Rogers y Maslow (1990) a la cabeza. Toda la propuesta es de tipo interactivo, marca la vida en forma ecológica. Pero el mundo de las terapias está en emergencia, y hablar de terapia es hablar de interacción y comunicación.

De 1960 a 1980. El mundo psicológico se diversifica, el enfoque cibernético está presente, también el fenomenológico y el cognitivo. Tanto en Estados Unidos como en Europa el debate pasa por la interacción y la comunicación.

De 1980 a 2000. Los constructivistas toman la palabra, incluso Varela y Maturana dialogan con psicólogos de la postercera fuerza. Todo es comunicación e información. La teoría de sistemas toma la palabra. Tomás Ibáñez es una muestra de esta emergencia.

Hacia la construcción de un proyecto comunicológico

El sentido de reconstruir el movimiento de una comunicología posible a lo largo de un siglo es ordenar una matriz que permita entender lo que está sucediendo hoy y ubicar entonces las posiciones que pueden desarrollar futuros posibles. Éste es un proceso de configuración y trayectoria que hace evidente lo opaco y al proponer claridad implica comprensión. Empecemos por mostrar los elementos que en principio han tejido el movimiento, y después observemos las texturas que sobresalen.

El proyecto comunicológico ha tenido su asentamiento en primer lugar en las ciencias sociales y las humanidades. Por una parte han ido tomando forma ciertos objetos y, por otra parte, ciertas perspectivas teóricas se han ido ocupando de ellos. Así, parece ser que en lo que a ciencias sociales se refiere, han sido la Sociología y la Psicología las que han aportado mayor número de momentos de interés a los asuntos comunicológicos. La Antropología ha estado más lejana, los temas de comunicación son urbanos y muy modernos, aunque habría que revisar lo que ha sucedido en la mirada a contextos sociales más rurales o étnicos y premodernos. En este sentido la Historia también ha estado relativamente lejana, el tema de la comunicación ha sido algo del presente, casi de la segunda guerra mundial hacia el día de hoy. Las Humanidades cumplen con su aportación con la fuerza de la Lingüística y de la Filosofía, ambas perspectivas muy presentes en el mundo comunicológico. El elemento externo ha sido la Economía política, muy asociada a la Sociología y a la Geografía económica y humana; esto debido en gran medida al pensamiento de izquierda de origen marxista.

Hay nuevas perspectivas muy activas en lo que a aportes constructivos al proyecto comunicológico se refiere. La Cibernética en primer lugar, pero también la Memética, la Sistémica, la Informática, la Telemática son novedades contemporáneas al pensamiento comunicológico.

Y los objetos que han atraído las visiones conceptuales de tan distintos enfoques constructivos han sido muchos, pero en síntesis los medios masivos de difusión, las nuevas tecnologías de información y comunicación, los lenguajes, las relaciones interpersonales, y los contextos económico-políticos de la vida sociocultural, han sido los centrales.

La Mediología —la propuesta constructiva de Debray— es lo más cercano a una consolidación del proyecto comunicológico que tenemos hasta la fecha. Eleva la palabra medios a constructo teórico, y el objeto medios a dimensión comprensiva de la vida humana en todo tiempo y espacio posibles. Así que en el centro de la comunicología está la Mediología. Y ante la distancia existente entre el objeto *medios* y los otros objetos, es posible que lo que convenga que suceda primero es que confirmemos la noción de Ciencias de la Comunicación antes que la propuesta de comunicología. Y de esta manera lo que tendríamos sería un espacio conceptual que incluye a los cuatro objetos en una configuración de cuatro dimensiones. Cada dimensión haciéndose cargo del macro objeto y proponiendo la posible articulación de los cuatro en una sola perspectiva posible, la Comunicológica. Quedaría así:

Primera dimensión. Difusión. Donde bien podría ocupar el sitio central la propuesta de la Mediología. Aquí estarían todos los fenómenos asociados a la reproducción y expansión de los sistemas de información social-culturales a través de los diversos medios.

Segunda dimensión. Expresión. Aquí el lugar central sería ocupado por una perspectiva que combine elementos de composición estética con elementos de configuración formal semiótico-lingüística. Aquí estarían todos los fenómenos de producción, de creación discursiva y semiótica, incluidos los mediáticos.

Tercera dimensión. Interacción. El centro estaría ocupado por una perspectiva que combine elementos de Psicología social de las relaciones interpersonales, grupales y colectivas con elementos de Sociología de los vínculos, contactos, asociaciones, redes. Aquí estarían todos los fenómenos de acción simultánea de afectación humana intencional o no, lo que se ha llamado comunicación interpersonal.

Cuarta dimensión. Estructuración. El centro lo ocuparía una combinación entre elementos de Economía Política y Sociología de los sistemas socioculturales. Aquí se incluirían todos los elementos de configuración de estructuras social-económicas desde una perspectiva de comunicación-información.

Las cuatro dimensiones formarían una figura de tres caras en tres dimensiones formada por triángulos. Cada uno de los vértices es una de las cuatro dimensiones conceptuales apuntadas. Esta figura geométrica sugiere varios asuntos y posibles relaciones entre las cuatro dimensiones. La figura es una representación de una complejidad simplificada. Los vértices señalan los objetos que cierran las visiones, pero las caras del tetraedro son los espacios conceptuales de las distintas perspectivas que construyen las miradas a los cuatro objetos. Tres espacios conceptuales en superficie, pero que en profundidad se entrelazan bajo la configuración general de eso que aquí se llama el proyecto de una comunicología posible.

Bibliografía citada

Galindo Cáceres, Jesús (coord.) (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.* México, Addison Wesley-Longman.

Galindo, Jesús y Carlos Luna (coords.) (1995). *Campo académico de la comunicación.* Guadalajara, CNCA-ITESO.

Goffman, Erving (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana.* Buenos Aires, Amorrortu.

Husserl, Edmund (1992). *Invitación a la fenomenología.* Barcelona, Paidós-UAB.

Maslow, Abraham (1990). *La personalidad creadora.* Barcelona, Kairos Editora.

Galindo Cáceres, Jesús (2004). "Apuntes de historia de una comunicología posible: hipótesis de configuración y trayectoria" en *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, Nº 1. Sevilla. Reproducción autorizada por el autor.

La multidimensionalidad de lo real y el abordaje comunicacional para el desarrollo sostenible

Sandra Hebe Massoni

ransdisciplina y enfoque comunicacional

Desde los nuevos paradigmas de la ciencia la investigación en comunicación social supone necesariamente transdisciplinar (Morín 1986, Deleuze y Guattari 1994, entre otros). Consideramos que este enfoque implica básicamente una revisión teórica y epistemológica que permita reubicar la investigación comunicacional en las prácticas socioculturales con un recorte situacional: un análisis que no se haga en sí —como si estuviera desgajado del mundo— sino con un para qué y para quién y explicitando con qué intencionalidad se está investigando (Massoni 2002).

Para ilustrar esta cuestión de la comunicación y la transdisciplina voy a apelar a una simpática anécdota:

Sherlock Holmes y el Dr. Watson en medio de una investigación tuvieron que pasar la noche en la montaña. Instalaron su carpa de campaña. Luego de una buena comida y una botella de vino se salu-

daron, se acostaron y se durmieron profundamente. Algunas horas más tarde, Holmes se despertó y codeó a su fiel amigo:

—Watson, mira el cielo y dime qué ves.
—Watson contestó: veo millones y millones de estrellas…
—Ajá… y eso ¿qué te dice?

Watson pensó por un minuto…

—Bueno, si lo analizamos astronómicamente, me dice que hay millones de galaxias y potencialmente billones de planetas… Astrológicamente, veo que Saturno está en Leo… Horológicamente, deduzco que son aproximadamente las tres y diez de la mañana. Y meteorológicamente, puedo afirmar que tendremos un hermoso día mañana… ¿Y a ti qué te dice?

Holmes calló por un minuto y luego habló…

—Elemental Watson… ¡¡¡me dice que algún desgraciado nos ha robado la carpa…!!!

Haciendo un paralelismo podríamos decir que una cosa similar ocurrió durante mucho tiempo con las ciencias sociales. La especialización disciplinaria trajo enormes beneficios que todos reconocemos —descripción de partes, profundización de determinadas áreas, grandes avances en campos cada vez más específicos, etc.— y también algunos problemas. A partir de que toda pregunta tiene implícita una respuesta, la especialización implica, entre otras cosas, una concentración en ciertos aspectos de lo real y a la vez una dilución de sus entornos y, por ende, de explicaciones de otro registro, más integrales, más holísticas y sinérgicas. Lejos de afirmar que este tipo de investigación no sea valiosa sostengo, por el contrario, que necesitamos encontrar la manera de no derrochar este tipo de conocimiento, de conseguir que los resultados de la investigación disciplinar puedan incorporarse efectivamente a las transformaciones sociales de nuestros pueblos. El cuentito sobre Sherlock Holmes ilustra algunos de los efectos colaterales de los enfoques disciplinares en la investigación tradicional: abundante información, mucha inteligencia analítica, pero que se diluye y no opera porque tiene escasa o nula conexión con los problemas reales.

Éste es uno de los postulados centrales de los nuevos paradigmas de la ciencia: el enfoque transdisciplinario para la realización de proyectos de investigación orientados a la resolución de problemas reales y al análisis de sus fuerzas motrices.

La transdiciplinariedad, según Deleuze y Guattari (1994), remite a «una modalidad rizomática de saberes, organizada por mesetas, ya que una meseta no está ni al principio ni al final sino en el medio y como tal es una zona continua de intensidades, que vibra sobre sí misma y que se desarrolla evitando cualquier orientación hacia un punto culminante o hacia el exterior […] La meseta es pues una multiplicidad que se conecta con otro punto de distinta naturaleza, de signos distintos y que no puede ser reducido a lo Uno, ni a lo múltiple porque no está hecha de unidades sino de dimensiones cambiantes. No tiene principio ni fin, sino un medio por el que crece y se desborda… Está constituida por multiplicidades lineales de infinitas dimensiones, sin sujeto ni objeto, que por su naturaleza no varía sus dimensiones sin cambiar ella misma» (en Massoni 2002).

En esta dirección proponemos nuestro modelo de comunicación estratégica.

Modelo de comunicación estratégica

La comunicación estratégica es, para nosotros, «una metodología de investigación-acción que se plantea básicamente como un proyecto de comprensión en dos etapas: la primera es la de las miradas disciplinares que son pertinentes a la problemática que se aborda en la investigación; la segunda es la de los actores sociales que son relevantes en la resolución de esa problemática. Desde esta perspectiva se entiende a la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural. El énfasis se desplaza desde la descripción —que es el objetivo dominante en muchas investigaciones en comunicación— hacia el "poner en común" en relación a un objetivo de transformación que se define a partir de lo situacional y en el marco de lo fluido» (Massoni 2002).

El modelo se apoya en la epistemología de la complejidad (Morín 1986); a partir del enfoque transdisciplinario busca la comprensión del mundo presente desde la lógica del tercero incluido y se interesa en la dinámica que se engendra por la acción simultánea de varios niveles de realidad en el marco de un proyecto de desarrollo.

En general, puede decirse que los científicos hacemos investigaciones sociales para conseguir un saber pragmático, que debe atender a todos los niveles de la realidad social, los cuales tienen distinta naturaleza epistemológica. En este sentido, siguiendo a Orti (1994) podemos distinguir al menos tres niveles en la realidad social:

1. Nivel o campo de los hechos conformado por las relaciones de indicación o designación de la proposición (Deleuze 1989), en tanto puesta en evidencia de cuanto acontece o se hace. Los hechos (así configurados) como estados individuados aparecen como evidentes en el nivel de lo manifiesto o consciente. Los hechos tienden a ser concebidos como procesos fácticos, constituidos por cargas de energía, y por tanto, como una *res* extensa cuantificable.
2. Frente al simple campo de los hechos, en la significación de la proposición (Deleuze y Guattari) entra la existencia del universo de los discursos donde las significaciones no se establecen por extensión, sino referidas a sí mismas en el cuadro de un sistema de signos. Se trata de proposiciones comunicativas coherentes por su articulación significativa, porque están definidas por una cierta relación codificada entre significante y significado. En principio, los discursos estarían articulados por "lo que se dice", en el contexto de formaciones culturales e ideológicas concretas. […] Pero la institucionalización de las cosas no les confiere la misma significación concreta en una cultura u otra (pues cada cultura impone un sistema de códigos). Junto a los culturemas (unidad significativa de una cultura), los discursos suponen, en fin, también orientaciones de valor, o sea, proposiciones ideológicas (ideologemas). Nivel en el que confluyen el enfoque cuantitativo (para los culturemas precodificados) con el enfoque cualitativo (para su significación ideológica y proceso de producción simbólica).
3. En un tercer nivel nos encontramos con el reino de las motivaciones. Serían las fuerzas motoras, pulsiones, deseos, que responden al porqué de la interacción social; es decir, la intencionalidad y sentido, consciente o no, que configuran los procesos proyectivos. Procesos, en fin, correspondientes al nivel estratégico de lo instituyente consciente y no consciente y sólo interpretable con sentido a partir de enfoques cualitativos hermenéuticos.

Cuando investigamos desde el modelo de comunicación estratégica consideramos la existencia de estos tres niveles para abordar la complejidad del fenómeno comunicacional.

Las dimensiones de la comunicación

Las estrategias trabajan con un abordaje transdisciplinario y multiparadigmático para interpelar crítica y valorativamente las distintas dimensiones de la comunicación en la situación problema. Es esta una operación que se realiza a partir de reconocer en los paradigmas capacidades para abordar diferentes aspectos de lo real, a la vez que sus aportes específicos

a la genealogía de esas mismas realidades y recuperando esta operación de construcción/deconstrucción para enfatizar la acción transformadora de la ciencia en el campo del desarrollo sostenible.

Aquí hablamos de dimensiones y no de niveles para resaltar este componente de especificidad que presentan las distintas miradas disciplinarias sin jerarquizarlas y sin asignarles tampoco órdenes preestablecidos o universales.

Cada teoría opera distintas dimensiones del fenómeno comunicacional y al hacerlo le imprime su racionalidad, su proyecto. Es posible interpelar situaciones de comunicación para rastrear estas marcas de racionalidad (Massoni 2001), que son índices de la concepción teórica que está organizando, articulando la matriz del encuentro.

La dimensión informativa

- Corresponde al campo de los procesos fácticos.
- Da cuenta de la comunicación como un proceso de transmisión de información con una finalidad predeterminada.
- Las teorías que operan en la dimensión informativa describen datos homogéneos y correspondencias cuantitativas centrándose en los mensajes y su distribución.
- Abordan la comunicación como difusión de mensajes.
- Algunas marcas de racionalidad de este enfoque: linealidad, verticalidad, comunicación operativa.

Ejemplo: teorías de la *communication research*.

La dimensión ideológica

- Corresponde al universo de los discursos.
- Da cuenta de las formaciones culturales e ideológicas desde lo supraestructural.
- Las teorías que operan en la dimensión ideológica describen los mecanismos y dispositivos de alienación y manipulación, las formas con que opera la ideología en la semantización de lo social.
- Aborda a la comunicación como aparato de reproducción ideológica.
- Algunas marcas de racionalidad de este enfoque: linealidad, segmentación, verticalidad, denuncismo.

Ejemplo: teorías del *análisis ideológico*.

La dimensión interaccional

- Corresponde al campo de las motivaciones.
- Da cuenta de la comunicación como un proceso de producción de sentido atravesado por interacciones personales y grupales que es necesario conocer para mejorar la efectividad de los mensajes.
- Aborda a la comunicación como la producción de sentido a partir del vínculo con el otro.
- Algunas marcas de racionalidad de este enfoque: linealidad, segmentación, horizontalidad, interacción de sujetos.

Ejemplo: teorías de la *Psicodinámica* (Comunicación y dinámica de grupos, Psicología social).

La dimensión sociocultural

- Corresponde al campo de la comunicación como articulación social. Como fenómeno social de encuentro, de puesta en común de los actores sociales/colectivos.
- Da cuenta de la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural.
- Corresponde al campo de lo fluido.
- Las teorías que operan en esta dimensión describen las mediaciones socioculturales como dispositivos articuladores de lógicas.
- Aborda la comunicación como espacio de construcción de la dinámica social, la cotidianeidad de la producción de sentido.
- Algunas marcas de racionalidad de este enfoque: heterogeneidad, multiplicidad, redes, comunicación como articulación de la diversidad social, como proceso complejo, situacional e histórico.

Ejemplo: teorías de la *comunicación y la cultura*.

Las teorías y metodologías de la comunicación de matriz sociológica, antropológica, psicológica, semiológica, etc. son incorporadas en el modelo de comunicación estratégica reconociendo sus alcances y sus limitaciones para operar en distintas dimensiones de la situación de comunicación. El investigador que trabaja con el enfoque de la comunicación estratégica las integra pero no para obtener de su investigación una explicación, ni para responder a un por qué; mas bien, las incorpora crítica y valorativamente para responder a un cómo.

Así, la pertinencia de un abordaje multiparadigmático para dar cuenta de la comunicación como fenómeno complejo se correlaciona con el reconocimiento de los multideterminantes que lo constituyen. En el análisis de la realidad social nos encontramos con tres tipos de estructuras y tres tipos de lógicas diferentes y con reglas propias: fácticas, significativas y motivacionales. Entonces, sin desconocer —ni minimizar— los aportes de la mirada mecanicista sobre lo social, nos proponemos avanzar en un abordaje múltiple a partir de la constatación de las relaciones entre las relaciones integrando en el análisis lo material, lo simbólico y lo afectivo.

La mirada estratégica a la dimensión comunicativa habilita un espacio de articulación y convergencia de miradas múltiples a partir de convocar a diversos saberes disciplinarios en el abordaje de las problemáticas bajo análisis. El recorte situacional facilita la incorporación de los aportes específicos de cada saber para operar distintas racionalidades de encuentro en torno al problema que aborda la investigación. El modelo de comunicación estratégica como cambio social conversacional trabaja así, en la tensión de los debates entre ciencia y sociedad como un aporte al desarrollo sostenible. Nuestras investigaciones recuperan puntos de vista micro y macrosociales desde una posición centrada en aportar a que emerjan encuentros múltiples en torno a una determinada problemática desde el punto de vista de una demanda que se entiende, a su vez, como tensión de la sociedad en evolución.

Bibliografía citada

Deleuze, Gilles y Guattari, Félix (1994). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia, Pretextos.

Massoni, Sandra (2002). "Estrategias de comunicación: una mirada comunicacional para la investigación sociocultural" en Orozco Gómez, Guillermo (coord.) "Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina", *Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación*. Buenos Aires/Venezuela, Grupo Editorial Norma.

Massoni, Sandra (2002). "Juegos Cruzados: comunicación y transdiciplina" en *La trama de la comunicación*. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Rosario, Argentina, Laborde Editor.

Massoni, Sandra (2001). "Estrategias de comunicación: tiempo de investigarnos vivos" en Revista *Comunicación y Sociedad*, N° 37. México, Universidad de Guadalajara.

Morin, Edgar (1988). *El conocimiento del conocimiento*. Madrid, Cátedra.

Orti, A. (1994) en Delgado, Juan y Gutiérrez, Juan. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid, Síntesis.

Massoni, Sandra Hebe (2004). "La multidimensionalidad de lo real y el abordaje comunicacional para el desarrollo sostenible" en Cimadevilla, G. y Carniglia, E. (eds.) *Comunicación, ruralidad y desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos del cambio*. Buenos Aires, Ediciones INTA. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Subvertir las convenciones: desafíos en la planificación de la comunicación para el cambio

Erick R. Tòrrico Villanueva

La planificación —es decir la definición de cursos de acción actuales y mediatos— fundada en anticipaciones de futuro y destinada a introducir algunas certezas en un determinado campo de acontecimiento es un terreno permanentemente apto para la polémica.

Desde los debates sobre si tiene sentido planificar o no hasta aquellos otros que se ocupan de los actores, los métodos y las finalidades de la planificación, tanto los desacuerdos como los consensos han sido una constante, aunque es claro que lo que ha terminado por predominar es un grupo de *convenciones pragmáticas* modelizadas sobre todo por organismos multilaterales o agencias de cooperación y erigidas, gracias a las influencias o condicionamientos ejercitados por ellos, en recetas de aplicación universal poco menos que indiscutibles.

En consecuencia, se tiene una suerte de "orden establecido de la planificación" que es sólo marginalmente cuestionado y que, en los hechos, no deja lugar para la creatividad ni las libertades de concepción y usos sino, cuando más, para la réplica mecánica. Esta situación es por demás evidente en los temas económico-sociales vinculados al ámbito del desarrollo y, por tanto, también en el área de la comunicación.

De ahí que resulte indispensable, desde una óptica democratizadora y crítica, emplear la propia razón para obtener *réditos sociales efectivos* —ampliación de la participación y la deliberación en la construcción de las decisiones, adopción de consensos activos, incorporación voluntaria y comprometida a los procesos formativos, incidencia comunitaria en el nivel de las políticas públicas— de la utilización de la planificación como recurso organizador. Y tal es el espíritu de la reflexión que viene seguidamente orientada a proveer de algunos argumentos y referencias para construir herramientas útiles, culturalmente situadas y socialmente eficientes para la planificación en materia de desarrollo humano y sostenible.

Por ello, *desarrollo*, *planificación y comunicación* son los componentes clave de la problemática sobre la que se tiene que trabajar inicialmente a fin de perfilar una propuesta orientada a vencer las restricciones de los formalismos vigentes.

El fracaso que no se acaba de admitir

Por cerca de seis décadas la cuestión del desarrollo ha estado en la agenda de las organizaciones multilaterales y de cooperación, los gobiernos, los políticos y los académicos, y durante todo ese tiempo han sido puestos a prueba varios tipos de medidas particularmente económicas que se esperaba produjeran un cierto equilibrio entre los niveles de vida de los diferentes países y en el interior de ellos.

Se suma a eso que la forma tradicional de plantear y querer afrontar el problema de la falta de desarrollo se ha caracterizado por identificar desarrollo con crecimiento económico y, en consecuencia, por basarse en una concepción tecnocrática que separa economía de política, que busca resultados expresables en estadísticas y que tiene la pretensión de constituir un patrón de índole y eficacia universales.

Ese modo de entender y operar no toma en cuenta el carácter de la estructura social y los límites que de él se desprenden, hecho por el cual se inscribe necesariamente en un asistencialismo que obviamente jamás alcanzará soluciones de fondo para las inequidades existentes.

Las fórmulas consistentes en la apertura a la inversión extranjera directa, el otorgamiento de créditos privados o públicos internacionales para suplir las carencias del ahorro interno de las naciones pobres, la priorización del proceso industrializador en un momento dado, la liberalización creciente pero desigual del comercio internacional, la presión para que el Estado se retire de la actividad económica en los pueblos del sur del planeta, la supresión de las subvenciones y el debilitamiento de la atención estatal a las necesidades sociales, en todo este tiempo, han generado simplemente mayor concentración de la riqueza, mayor pobreza y mayor exclusión. El caso latinoamericano y el boliviano son ilustrativos a este respecto.

De acuerdo con datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL 2001), durante la última década del siglo veinte el número de pobres aumentó de 200,2 a 211,4 millones de personas en Latinoamérica, la mayoría de las cuales sufren graves carencias de acceso a infraestructura básica, mientras que complementariamente se intensificó la desigualdad en la distribución del ingreso y se incrementó la desocupación, que pasó de 4,6 a 8,6% en el transcurso de ese decenio. Y para 2002 la propia CEPAL (2003) señaló que la pobreza ascendió a 9,1%, las remuneraciones reales cayeron en 1,5% y, en general, la región acumuló «media década de bajo crecimiento en una coyuntura internacional adversa».

Bolivia, en ese contexto, está considerada uno de los países de la región con más alta desigualdad, pues los ingresos del 20% más rico de la población superan en más de 30 veces a los del 20% más pobre (CEPAL 2001). Asimismo, su economía está en situación de estancamiento y sus niveles de empleo registran una tendencia constante a la reducción (Huanca 2002), a todo lo cual se ha sumado la crisis de octubre de 2003, que ha puesto al descubierto de manera dramática —con la muerte de más de 60 personas y la renuncia y huida del país del hasta entonces presidente Gonzalo Sánchez de Lozada— la impertinencia del programa de ajuste estructural, que nunca posibilitó la reactivación de la economía y sólo profundizó las contradicciones y los problemas internos.

Los hechos muestran, entonces, que los propósitos delineados para favorecer el desarrollo no han fructificado e inclusive se han traducido en nuevos y más agudos deterioros; esto, sin embargo, no es asumido de modo abierto y consciente por los responsables de tales diseños, aunque en los últimos años, fundamentalmente por los trabajos y aportes del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en relación al *desarrollo humano* y también por las críticas documentadas del premio Nobel de Economía 2001 y ex funcionario del Banco Mundial, Joseph Stiglitz, se ha despertado una más clara preocupación respecto del aumento de la pobreza que incide cada vez más en la inestabilidad social, económica y política de las naciones,[1] lo que en esta época de globalización puede dar lugar a desequilibrios de vasto alcance y efecto.

La urgencia de otro concepto para el desarrollo

Las constataciones que ofrece la realidad sobre el fracaso de los modelos convencionales de desarrollo son de todas maneras insuficientes, pues todavía las grandes potencias, los organismos internacionales y las agencias de cooperación controlados por aquéllas se resisten a modificar sustancialmente sus creencias y políticas. Así lo ratificó, por ejemplo, la Conferencia Mundial sobre Financiación para el Desarrollo celebrada en Monterrey en marzo de 2002, que insistió en aplicar recomendaciones a los países no desarrollados dejando intacto el sistema

internacional al igual que mantuvo —cuando no los extendió— los condicionamientos para la asistencia oficial al desarrollo, la deuda exterior y los planes nacionales de desarrollo.

Por ello, y ante la gravedad de las circunstancias, el replanteamiento del concepto del desarrollo se hace improrrogable. Y se tienen dos impulsos convergentes en esta materia: uno proveniente del PNUD, con el ya mencionado Desarrollo Humano, y otro propiciado por la Fundación Dag Hammarskjöld en torno al *otro desarrollo*.

En ambos casos se aspira a la integralidad del desarrollo y a que éste se asiente en la vigencia plena de los derechos humanos, la equidad, el aprovechamiento racional del medio ambiente, la deliberación y los consensos sociales, la participación democrática y la introducción de cambios estructurales de distinta escala.

Lo que resta, empero, es que estas nuevas visiones centradas en los seres humanos, la naturaleza y la cultura consigan su incorporación (operativización mediante) tanto en las políticas de las organizaciones multilaterales y las agencias de cooperación como en el nivel de las políticas públicas de los Estados; esto es, que ingresen en el campo de la planificación estratégica pero con un enfoque humanizador y democratizador.

La planificación en entredicho

Hablar de cambios en la lógica subyacente de la planificación no es algo que resulte novedoso, pues así como el concepto predominante de desarrollo fue sometido a crítica en varias oportunidades —y muy recientemente en términos bastante realistas—, también en distintas ocasiones fue abordada la cuestión de la formulación de planes, programas o proyectos para evitar o al menos disminuir su mitificación técnica, su unilateralidad y sus consecuencias instrumentalizadoras de la gente.

De esos esfuerzos surgieron, por ejemplo, las propuestas acerca de la "planificación indicativa" (que buscaba flexibilizar los criterios normativos e imperativos tradicionales), la "planificación participatoria o participativa" (que se orientó a abrir espacios de intervención para los "beneficiarios" en algunas etapas del proceso planificador) o la "planificación sin plan" (que quería deshacerse del documento que contenía el plan por considerarlo restrictivo de las posibilidades de decisión, acción y variación durante la ejecución).

No obstante, en la práctica la planificación continuó —y básicamente sigue así— atada a esquemas de la racionalidad formal que no sólo ordenaban sus fases sino que determinaban la índole de sus contenidos y las maneras de producirlos; pero, además de ello, se estructuró como una simple herramienta de las políticas del crecimiento.

Trasladada al campo comunicacional, la planificación se caracterizó por asumir el difusionismo etnocéntrico de la antropología colonialista y la economía desarrollista, la unilateralidad efectista del mediacentrismo y la "cientificidad" de la sociología empirista.

Lo que predomina, entonces, es un conjunto de "recetas" que dicen cómo formular un plan; esto es, qué pasos seguir para diseñarlo técnicamente, pero que nunca se pregunta ni permite preguntar sobre los presupuestos teóricos ni los principios u objetivos ideológicos desde los cuales tales esquemas para la aplicación mecánica fueron elaborados.

Por ello, a pesar de los intentos reflexivos efectuados hace ya bastante tiempo, el examen de los sentidos de fondo de las formas aceptadas de planificar persiste como una asignatura pendiente y desafiante.

Reabrir una discusión inconclusa

Mas en lo que concierne al ámbito especializado que aquí atañe, también se requiere retomar el debate respecto de la noción misma de comunicación por cuanto los enfoques pragmáticos que hace ya casi ochenta años sobredimensionaron el poder de las mediaciones tecnológicas y subestimaron a los individuos tanto como a la "masa" están cobrando una renovada vigencia, especialmente debido al marcado debilitamiento que afecta a las posiciones intelectuales críticas y a las alucinaciones derivadas de los avances alcanzados por la mal llamada "sociedad de la información" que, en la discusión teórica, son alimentados por el *determinismo tecnológico*.[2]

Se trata, por ende, de reanudar el cuestionamiento de una vieja trama argumental que afirma que la comunicación es reducible al acto de transmitir, que el emisor es el "señor" de este proceso, que los medios y sus mensajes pueden condicionar el pensar y el hacer de los receptores, que cualquier comunicación es inviable al margen de la técnica/tecnología, que los sujetos sociales no pueden ser vistos sino como objetos de intervención y que toda acción comunicacional planificada debe buscar indefectiblemente el impacto medible.

Estos y otros elementos conducen a una concepción utilitarista y muy poco humana de la comunicación y ya habían sido sometidos a discusión desde el decenio de 1960, particularmente en América Latina y en el seno del entonces existente Movimiento de los Países No Alineados. Sin embargo, el largo y rico proceso generado por la comunicación contestataria que desembocó en las propuestas a favor de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) y en el Informe MacBride aprobado en 1980 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), fue desacreditado y más tarde desestimado por una campaña de las potencias occidentales y las compañías transnacionales de ese tiempo.

Luego de ello la cuestión del desequilibrio internacional de la comunicación y las demandas en pro de un nuevo orden, con todo lo que implicaban de esfuerzo de reconceptualización y reforma, quedaron en el olvido; todo volvió a la antigua "normalidad". De ahí que hoy, cuando el discurso "posmoderno" de la utopía tecnológica trata de imponerse en el mundo, haga falta el reinicio de la discusión sobre la comunicación en el desarrollo.

La triple subversión necesaria

Para emprender ese camino en pos del cambio se requiere avanzar en el desmontaje y reemplazo de toda una institucionalidad consagrada que, en lo que aquí concierne, se refiere a tres órdenes, a saber:

- Primero, el *epistemológico*, esto es, el del "lugar" desde el que se produce el conocimiento, pues hasta ahora los saberes respecto de la comunicación, el desarrollo y la planificación provienen de una misma matriz de naturaleza empirista.
- Segundo, el *teórico*, es decir, el de los conceptos que dan cuenta de los hechos y los procesos, que también responden a puntos de vista pragmático-instrumentales.
- Y, tercero, el *práctico*, o sea el de las aplicaciones técnicas, que son al parecer la razón de ser del enfoque predominante en estas materias.

La subversión se orienta, como es lógico, a trastrocar lo establecido, y en este caso sus propósitos son asumir la comunicación como elemento constitutivo del ser social y de la sociedad, posibilitar su comprensión como relación interactuante, reconocerla como proceso de construcción compartida de sentidos, además de pensar y hacer planificación participativa de ella para la intervención social en la vida social.

Hay que remarcar, empero, que el cambio deseado no verá la luz al margen de la triple subversión anotada.

Algunos frentes para la batalla

La modificación sustancial de los esquemas prevalecientes y de probada inadecuación en la planificación comunicacional demanda, en lo concreto,

llevar adelante una batalla coherente en distintos frentes; entre ellos cabe mencionar los siguientes:

a) Los modelos autosuficientes. Las "recetas" propuestas como de estructuración automática, aplicabilidad universal e infalibilidad garantizada tienen que ser sometidas al análisis crítico en contraste con las experiencias de su uso y, en especial, con las necesidades y los objetivos de desarrollo surgidos de la misma base social.
b) La creencia en la "neutralidad técnica". La legitimidad de que gozan en el sentido común esos recetarios y que se funda en la presunción de su carácter científico es otro de los factores que no se puede dejar sin revertir.
c) La imposición lingüística. Las consideraciones acerca de la técnica son complementadas por una terminología procedente del ámbito militar que expresa una concepción violenta de la comunicación como intervención dirigida contra "blancos" predeterminados y cuya sustitución democrática pertinente se convierte en una exigencia.
d) La instrumentalización de la democracia y la comunicación interpersonal. La introducción de formas seudo-participativas en la planificación y el recurso a las relaciones cara-a-cara con fines informativo-persuasivos son ya algo típico de los intentos de encubrimiento de la unilateralidad tecnocrática. Se trata, acá, de buscar genuinamente que sea la gente la que planifique con los técnicos y de que el diálogo no sea reducido a "táctica de envío de mensajes" o a simple forma de captación de datos retroalimentadores.
e) La inevitabilidad de la *massmediación*. La visión *mediacéntrica* de las tradicionales estrategias y campañas comunicacionales refuerza la "razón tecnológica" y anula la socialidad propia y deseable del encuentro y el diálogo entre sujetos. Es preciso volver a situar a la comunicación masiva como una opción elegible de la relación entre otras (interpersonal, grupal, institucional, comunitaria, etc.) en vez de atribuirle un rango de absoluta jerarquía sobre la base del supuesto empirista de su plena eficacia efectista.
f) El discurso respecto de la inviabilidad de cualquier alternativa. Los modelos prevalecientes se asientan en el argumento de que son la expresión más depurada de la técnica y, en consecuencia, por ser "insuperables", se constituyen en la manera "natural" y única de ver y hacer las cosas. Se necesita, entonces, defender el pluralismo y el derecho a pensar desde la identidad propia.

Si bien existen otros espacios en los cuales es igualmente importante desplegar una acción problematizadora y propositiva, los arriba señalados se muestran como los prioritarios.

Notas

1 Esta preocupación se ha manifestado en la revisión del denominado "Consenso de Washington" —que sistematizó las recetas neoliberales en la década de 1980— y en la introducción de criterios para invertir en infraestructura productiva, educación, reducción de la pobreza y protección del medio ambiente que está siendo impulsada dentro del Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo.

2 Tómese nota, por ejemplo, del enfoque instrumental y libremercantil con que ha sido convocada y organizada la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 y Túnez 2005) en la que los países de mayor desarrollo y las corporaciones globales tienen previsto establecer las reglas de juego del negocio de las telecomunicaciones mundiales.

Bibliografía citada

CEPAL (2001). *Panorama social de América Latina 2000-2001*. Santiago de Chile.

CEPAL (2003). *Notas de la CEPAL*, N° 26, enero, número especial. Santiago de Chile.

Huanca, Efraín (2002). *"Economía boliviana: Evaluación del 2001 y perspectivas para el 2002"*. CEDLA, Documentos de Trabajo, N° 27. La Paz.

Torrico Villanueva, Erick R. (2004). En Cimadevilla, G. y Carniglia, E. (eds). *Comunicación, ruralidad y desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos del cambio*. Buenos Aires, Ediciones INTA. Reproducción autorizada por el autor.

¿La mejor de las prácticas?

Warren Feek

Empecemos con un pequeño *test*. Imagínese en una reunión o conversando con un colega. ¿Existe alguna palabra o frase de esas que, usadas durante las reuniones o las conversaciones con colegas, le hacen sentir un poco incómodo? ¿O quizás muy incómodo? Seguramente sabe de qué hablo. La sangre comienza a circular más rápido y usted se siente un tanto molesto e irritado. De ser posible, prohibiría la dichosa palabra o frase o al menos la restringiría, digamos, a cinco veces durante el encuentro. Pero, irónicamente y pese a su estado de agitación interna, envía señales externas completamente contradictorias. Se hunde levemente en su asiento y se deja llevar por un sentimiento de ¡no, de nuevo no! Y todo empeora cuando se descubre a sí mismo, increíble, ¡empleando la frase o palabra que lo incomoda!

La palabra o frase no es la misma para todo el mundo. Para algunos será "empoderamiento", "construcción de capacidad", "países en desarrollo" o cualquiera que empiece por "particip": "participación", "participatorio", "participativo" entre sus propios mensajes de "me estoy enervando". También puede ser un tema, como las frases tomadas de los deportes estadounidenses (que para la mayoría de nosotros son un misterio), como "quién es el *quarterback* en este proyecto", o "estamos en una situación *full count*", "eso vino desde la cancha izquierda", "esto necesita *full court press*" y muchas otras. La palabra puede ser, incluso, de uso cotidiano como "cultura", "contexto" o "comunidad". O tratarse de uno de nuestros pequeños inventos: "gestión basada en resultados" es una muy aplaudida. Fui testigo de la incomodidad de toda una reunión cuando alguien trató de utilizar a *Mr. Potato Head* como metáfora (lamento no tener el tiempo de explicar a los no iniciados quién es el Sr. Cabeza de Patata).

He tratado de guardar esto para mí mismo, pero ya no puedo soportarlo. El término que personalmente me perturba es... "mejores prácticas", cosa que hace muy difícil mi vida, porque las "mejores prácticas" parece que están en todas partes. En la mayoría de las organizaciones que conozco hay una persona o un equipo de personas que intentan identificar o describir las "mejores prácticas" en su campo de trabajo; y hay además todo tipo de "mejores prácticas" en las publicaciones que regularmente se producen sobre el tema.

¿Puede alguien, por favor, explicarme qué son "mejores prácticas" y por qué dedicamos tanto tiempo a tratar de identificarlas? Logro entender términos como "buenas prácticas", "prácticas innovadoras", "excelentes prácticas" y "prácticas creativas". Pero, ¿cómo decidir qué es lo "mejor" cuando todas las prácticas —todas las acciones de desarrollo, incluyendo las intervenciones en comunicación— tienen lugar en contextos diferentes, con propósitos diferentes, van dirigidas a sectores diferentes de la población, en momentos significativamente diferentes y enfrentan desafíos dentro de muy variados entornos culturales, políticos y de recursos?

Y como para agravar el problema, están las implicaciones de calificar algo como "lo mejor": todos debemos pensar en ello haciendo lo que esa práctica dicta porque ¡es la mejor! Una "mejor práctica" escogida luego de una exhaustiva investigación internacional podría funcionar perfectamente en un barrio marginal de Cali, Colombia; pero podría ser completamente inapropiada —e incluso ser una "mala práctica"— en Blantyre, Malawi; Pune, India; Kuala Trenggannu, Malasia y aun en mi ciudad natal Nuevo Plymouth, en Nueva Zelanda. Y

es también probable que incluso en Barranquilla, Colombia, no funcione como en Cali simplemente porque en Barranquilla no funciona. ¡Las cosas son diferentes en Barranquilla! Y si la idea de calificar algo como "lo mejor" no es para que otros lo reproduzcan, ¿para qué entonces llamarlo "lo mejor"?

Como pueden ver, en el párrafo anterior me agité un poco. Aunque no puedo negar que a veces es bueno liberar esas tensiones (estoy seguro de que el psicoanálisis tiene una palabra para ello). Pero, tranquilos, ya me estoy calmando.

¿Por qué los términos "mejores prácticas" y sus extensiones naturales "réplica" y "llevar a escala" son perjudiciales para el progreso en temas de desarrollo? Veamos algunas razones:

- Implican uniformidad, cuando lo que necesitamos es una mayor diversidad; una diversidad acorde con el casi infinito número de contextos existentes.
- Tienden a desalentar y debilitar a las personas y a las organizaciones que están haciendo una buena labor en un contexto determinado, cuando estas ven lo que otros califican como "la mejor" práctica, una que ellos saben que no funcionaría en su entorno, y se preguntan seguramente por qué no reciben el reconocimiento que creen merecer por su propio trabajo.
- Sesgan las acciones necesarias hacia aquellas sugeridas por las grandes agencias y las agencias internacionales, en desmedro de las propuestas hechas por pequeñas organizaciones locales.
- Envían el mensaje equivocado de que lo más importante son los proyectos y no los principios mismos hacia los que esos proyectos se orientan, o las lecciones aprendidas, no como "las mejores", pero sí como una contribución a un cuerpo de conocimiento útil para el trabajo.
- Finalmente, estos términos o calificaciones no son exactamente el resultado de un proceso "científico" de toma de decisiones. ¿Por qué una práctica es "la mejor" y no otra? ¿quién y sobre qué base lo decide?

Antes de que alguien argumente "ajá, pero si todo el proceso de la Iniciativa de la Comunicación se basa precisamente en compartir mejores prácticas", permítanme una aclaración: esa afirmación no es correcta. Tratamos de compartirlo todo. Hay en este momento en nuestro portal más de 35.000 páginas sobre prácticas, pensamientos e iniciativas, presentadas de tal forma que rápidamente cada quien puede saber si son útiles para su trabajo. Las experiencias, ideas e información en esas páginas vienen de los miembros de la red. Las publicamos sin preferencias ni calificaciones. ¿Por qué? Porque todos tienen diferentes intereses y necesidades, de manera que nosotros lo que hacemos es poner el poder de decisión en sus manos. Ustedes son quienes deciden —desde su contexto— cuáles son las "mejores prácticas", aquellas de las cuales pueden aprender. Y a través de los formatos de revisión al final de cada página del sitio web, pueden expresar su opinión sobre la idea, la experiencia y la información resumida en cada página, en un proceso de revisión entre pares o colegas que nos permite hacernos una idea de cómo ven la práctica las personas activas en este campo y los miembros de la red.

Para terminar, quiero pedirles un favor: no me miren cuando estemos juntos y alguien diga "mejores prácticas". ¡No sabría qué hacer! Seguramente me hundiría tímidamente en mi silla.

Feek, Warren (2005). "Las Mejores Prácticas" en *Son de Tambora*, Nº 108, 6 de julio. Reproducción autorizada por el autor y por The Communication Initiative.

Evaluando las perspectivas de la construcción teórica

Extracto de *El lugar de la teoría en la comunicación para el desarrollo: retrospectiva y perspectivas*

Raúl Román

Dos de los temas centrales que surgen en los debates en el campo de la comunicación son nuestra capacidad creativa, considerada nuestra "habilidad de generar teoría original", y el impacto social, o la capacidad de nuestro trabajo para "mejorar la condición humana" (Monahan y Collins-Jarvis 1993). Estos dos valores medulares también son centrales para los académicos de la comunicación para el desarrollo. Por lo general, no suele cuestionarse la pertinencia social de la investigación en la comunicación para el desarrollo, aunque siempre hay cierto disenso proveniente principalmente de los académicos críticos y del posdesarrollo (Escobar 2000). En contraste, tras analizar sus tres tradiciones, se podría sostener que la aptitud creativa de los estudiosos de la comunicación para el desarrollo es bastante baja. Desde una perspectiva convencional, la inversión en la pertinencia social parece inversamente proporcional a la creatividad teórica. Por un lado, la comunicación para el desarrollo sostiene el valor de la pertinencia social al aplicar la investigación a problemas particulares en contextos específicos. Por otro lado, la investigación contextualizada y aplicada «suele no concordar con las normas asociadas a la creación de teorías útiles, tal como la de mantener la investigación generalizable a una serie de situaciones y perspectivas» (Monahan y Collins-Jarvis). Uno de los mayores retos actuales de la comunicación para el desarrollo es preservar el valor de la pertinencia social sin amenazar las oportunidades para la creatividad teórica. Dada la interdependencia crítica de estos dos valores en la comunicación para el desarrollo, el aspecto más importante en esta etapa es comprender cómo su orientación práctica (que es un hilo común a sus tres tradiciones) tiene el potencial de determinar o condicionar qué tipos de teorías pueden ser creadas.[1]

En las ciencias sociales convencionales «hay una "distinción categórica" entre la investigación y la práctica, entre el desarrollo de la teoría científica y las aplicaciones de esta teoría a los problemas prácticos» (Greene 1990). En la comunicación para el desarrollo esta distinción no existe, ni siquiera en la tradición de los efectos mediáticos, que es la única tradición en la que se usan regularmente las teorías como instrumento para generar preguntas e hipótesis de investigación. Nuevamente, ésta es una manifestación de un cambio mayor en el campo de la comunicación en el que las «definiciones convencionales de la teoría se han quedado muy atrás de la práctica» y «ya no reflejan la gama actual del trabajo teórico en este campo» (Craig 1993). Algunos académicos que conciben la comunicación como una «disciplina práctica» (Craig y Tracy 1995), ahora proponen concepciones alternativas de la teoría de la comunicación. Estos académicos defienden la elaboración de lo que ellos llaman teoría práctica (Barge 2001; Craig y Tracy; Petronio 1999), una especie de conceptualización normativa orientada a la acción. La teoría práctica (o teoría normativa) se «preocupa principalmente por el deber ser; busca articular ideales normativos con los cuales guiar la conducta y la crítica de la práctica» (Craig y Tracy). Queda claro que la comunicación para el desarrollo se inclina hacia la teoría práctica y normativa. Una teoría práctica no sólo es un cuerpo articulado de conocimiento que explica un fenómeno particular. También es una guía flexible para la acción. Tampoco es un conjunto preceptivo de indicaciones; es

una teoría que puede ser evaluada y refinada a través de constantes acciones y reflexiones. La teoría y la práctica no están separadas, están en diálogo. Estos teóricos comprenden que «las aplicaciones prácticas deben enriquecer el desarrollo teórico y, a su vez, que el desarrollo teórico debe enriquecer las aplicaciones prácticas» (Cragan y Shields 1999).

Las bases de la investigación-acción podrían orientar la definición de criterios para evaluar la operatividad y credibilidad (es decir, la validez) de las teorías prácticas de la comunicación para el desarrollo (Greenwood y Levin 1998). Sin embargo, definir un conjunto claro de parámetros para la evaluación rigurosa de las teorías normativas es una tarea apremiante para los académicos de la comunicación en este punto. Además, aunque la lógica que subyace tras la teorización práctica describe su valor y utilidad más allá de las fronteras del mundo académico (Cissna 2000), es evidente que la aceptación institucional de estas teorías por la corriente académica dominante es otro reto importante.

Juntas, las tres tradiciones ayudan a definir cómo se verán estas teorías prácticas: (a) las tradiciones de la teoría crítica y de la filosofía pragmática destacan la necesidad de una conceptualización sistémica de los problemas y de preservar los valores locales y la especificidad, y (b) la tradición de los efectos subraya la importancia de que sean generalizables. El cruce de las tres tradiciones exige un equilibrio sutil entre la aplicabilidad práctica en diferentes contextos y la categorización universal de los conceptos en la construcción de teorías normativas. En este sentido, aunque quedan por verse cuáles serán los distintos procedimientos para formular, evaluar y juzgar las teorías prácticas, hay algunos ejemplos incipientes que evidencian cierto eclecticismo científico-social en el modo en que se están formando esas teorías en la comunicación para el desarrollo. El ejemplo más claro es la teoría integradora del cambio de comportamiento (Cappella y otros 2001). Otro enfoque importante en esta dirección es el campo de la organización para el cambio social (Papa, Auwal y Singhal 1995, 1997; Papa, Singhal, Ghanekar y Papa 2000). Los académicos de la comunicación para el desarrollo en esta área estudian el proceso del empoderamiento personal y comunitario. Adoptan distintas perspectivas intelectuales y aproximaciones a partir de diversos métodos que conducen a una teoría práctica de la comunicación organizacional para el desarrollo comunitario. Estas iniciativas concuerdan con la investigación sobre los nuevos movimientos sociales,[2] un tema que podría servir de referencia para la inspiración teórica en la comunicación para el desarrollo (Huesca 2001). Asimismo, los esfuerzos recientes por conceptualizar rigurosamente los procesos participativos en los programas de comunicación para el desarrollo son una contribución muy positiva a este campo (Jacobson y Storey 2004). Adicionalmente, el uso estratégico de las tecnologías de la información a través del establecimiento de instalaciones de acceso público, que suelen llamarse telecentros, también está marcando la pauta hacia nuevas conceptualizaciones sobre la función de los medios nuevos en el desarrollo rural, al combinar diversas aproximaciones intelectuales (Román y Colle 2003). Los telecentros parecen ser una oportunidad para un estudio integrado de las instituciones, canales de comunicación y mensajes propios de los medios a pequeña escala. La intersección de estos tres elementos en una organización de base comunitaria que usa diferentes medios para crear, buscar y difundir contenidos localmente útiles, hace que los telecentros sean un laboratorio singular para los investigadores interesados en estudiar cómo la comunicación facilita el proceso de cambio económico, social y cultural, a la vez que ofrecen una gran oportunidad para la evaluación y construcción teórica (Román 2003).

La situación descrita en este texto describe claramente un llamado a «la tolerancia teórica y metodológica» (O'Keefe 1993). Éste no es un llamado nuevo ni una esperanza nueva. Durante los primeros años de este campo de estudio, Lowenthal (1952/53) planteó que la comunicación internacional «incluso puede servir como una fuerza integradora entre las numerosas ramas de las ciencias sociales y las humanidades». La creatividad teórica en esta área es incompatible con la especialización estricta o el rechazo exclusivista de distintas aproximaciones al conocimiento y el entendimiento. Una aproximación reduccionista a la ciencia social, dividida en compartimientos aislados irreconciliables primitivamente satisfechos con sus propias limitaciones, sólo empobrecería nuestra comprensión de los múltiples problemas y oportunidades en juego en este campo de estudio. Éste es particularmente el caso en la intersección interdisciplinaria de la comunicación para el desarrollo, un área de reflexión académica que también es un área de acción social.

Notas

1 Aquí no se trata del conjunto multidimensional de retos que los proyectos de utilidad social presentan a la investigación rigurosa aunque, tal como se indicó anteriormente, algunos de esos retos (limitaciones de tiempo y presupuesto, intereses contrapuestos entre las partes interesadas, etc.) pueden afectar significativamente la forma como se usan la teoría y la capacidad creativa en la comunicación para el desarrollo.

2 «En el sentido más general, los nuevos movimientos sociales se han definido como grupos heterogéneos que se forman independientemente de las instituciones formales y operan en ciclos discontinuos para forjar significados colectivos e identidades que guían la acción» (Huesca, 2001).

Bibliografía citada

Barge, J. K. (2001). "Practical theory as mapping, engaged reflection, and transformative practice" en *Communication Theory*, 11 (1).

Cappella, J. N.; Fishbein, M.; Hornik, R.; Ahern, R. K. y Sayeed, S. (2001). "Using theory to select messages in anti-drug media campaigns" en Rice, R. E. y Atkin, C. K. (eds.) *Public communication campaigns*. Thousand Oaks, California, Sage.

Cissna, K. N. (2000). "Applied communication research in the 21st century" en *Journal of Applied Communication Research*, 28 (2).

Cragan, J. F. y Shields, D. C. (1999). "Translating scholarship into practice: Communication studies reflecting the value of theory-based research to everyday life" en *Journal of Applied Communication Research*, 27 (2).

Craig, R. T. (1993). "Why are there so *many* communication theories?" en *Journal of Communication*, 43 (3).

Craig, R. T. (1999). "Communication theory as a field" en *Communication Theory*, 9 (2).

Craig, R. T. y Tracy, K. (1995). "Grounded practical theory: The case of intellectual discussion" en *Communication Theory*, 5 (3).

Escobar, A. (2000). "Place, power, and networks in globalization and postdevelopment" en Wilkins, K. G. (ed.) *Redeveloping communication for social change: Theory, practice and power*. Maryland, Rowman & Littlefield Publishers.

Greene, J. C. (1990). "Three views on the nature and role of knowledge in social science" en Guba, E. C. (ed.) *The paradigm dialog*. Newbury Park, California, Sage.

Greenwood, D. J. y Levin, M. (1998). *Introduction to action research: Social research for social change*. Thousand Oaks, California, Sage.

Huesca, R. (2001). "Conceptual contributions of new social movements to development communication research" en *Communication Theory*, 11 (4).

Jacobson, T. L. y Storey, J. D. (2004). "Development communication and participation: Applying Habermas to a case study of population programs in Nepal" en *Communication Theory*, 14 (2).

Lowenthal, L. (1952/53). "Introduction to the special issue on international communication research" en *Public Opinion Quarterly*, 16 (4).

Monahan, J. L. y Collins-Jarvis, L. (1993). "The hierarchy of institutional values in the communication discipline" en *Journal of Communication*, 43 (3).

O'Keefe, B. (1993). "Against theory" en *Journal of Communication*, 43 (3).

Papa, M. J.; Auwal, M. A. y Singhal, A. (1995). "Dialectic of control and emancipation in organizing for social change: A multitheoretic study of the Grameen Bank in Bangladesh" en *Communication Theory*, 5 (3).

Papa, M. J.; Auwal, M. A. y Singhal, A. (1997). "Organizing for social change within concertive control systems: Member

identification, empowerment, and the masking of discipline" en *Communication Monographs*, 64.

Papa, M. J.; Singhal, A.; Ghanekar, D. V. y Papa, W. H. (2000). "Organizing for social change through cooperative action: The [dis]empowering dimensions of women's communication" en *Communication Theory*, 10 (1).

Petronio, S. (1999). "*Translating scholarship into practice*: An alternative metaphor" en *Journal of Applied Communication Research*, 27 (2).

Román, R. (2003). "Diffusion of innovations as a theoretical framework for telecenters" en *Information Technology and International Development*, 1 (2).

Román, R. y Colle, R. (2003). "Content creation for information and communication technology development projects: Integrating normative approaches and community demand" en *Journal of Information Technology for Development*, 10 (2).

Román, Raúl (2005). "The place of theory in development communication: Retrospect and prospects" en Kalbfleisch, P. J. (ed.) *Communication Yearbook*, Vol. 29, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates. Reproducción autorizada por el autor.

Geometrías del desarrollo

Hemant Shah y Karin Gwinn Wilkins

Las geometrías del desarrollo se refieren a las ideas sobre las cuales se basa la práctica del desarrollo. Este término, utilizado en el discurso del desarrollo, describe la disposición de tres elementos en un sistema global: espacios, puntos clave y vectores. El espacio se refiere a los diversos tipos de actores espaciales, tales como los Estados-nación, las regiones y las configuraciones transnacionales. Los puntos aluden a los centros institucionales clave donde se formulan e implementan las políticas y programas de desarrollo, tales como los ministerios gubernamentales y las organizaciones intergubernamentales (OIG). Los vectores son los vínculos entre los actores institucionales y espaciales. La interacción entre estos tres elementos determina la forma global de la estructura del desarrollo. La forma global de esta estructura se caracteriza por las divisiones, los vínculos y las relaciones de poder entré los actores y las instituciones. El significado de desarrollo es inherentemente inestable y los actores institucionales en posiciones de poder tratan de "componerlo" o estabilizarlo de maneras que promuevan sus propios intereses.

Como práctica institucional, el desarrollo empezó con un concepto de un "nosotros" industrializado y moderno y un "ellos" pastoral y tradicional. A partir de este supuesto, las organizaciones formales de desarrollo con sede en los países industrializados (el Norte) iniciaron un proceso de planificación en nombre de las comunidades tradicionales (el Sur). A lo largo de los años, dicha terminología se ha convertido en predominante en el discurso del desarrollo.

Enraizada en el contexto de la Guerra Fría, esta geometría del desarrollo creó distinciones espaciales entre el Sur y el Norte (pobres y ricos), Occidente y Oriente, y Tercer y Primer Mundo. El principio subyacente del enfoque hacia el desarrollo de la era de la Guerra Fría —que implicaba el traslado de recursos financieros, técnicos y humanos (vectores) entre los actores espaciales e institucionales— opera en el marco de un conjunto de categorías que distinguen a los donantes de los receptores en cada transacción. La geometría del desarrollo dominante articula una visión del desarrollo que compartimenta las comunidades repartiéndolas entre diversos tipos de límites. En los círculos de desarrollo de la era de la Guerra Fría, el mundo estaba claramente dividido por delimitaciones políticas (comunismo en Oriente frente a democracia en Occidente), económicas (Norte industrializado frente a Sur agrícola), culturales (moderno frente a tradicional) y jerárquicas (primero = Occidente, segundo = Oriente y tercero = Sur).

Esta geometría del desarrollo data de fines de la década de 1940. Mientras el presidente estadounidense Harry Truman preparaba su discurso inaugural de 1949, sus asesores convinieron en tres puntos centrales respecto de la política extranjera: continuar el apoyo a la Organización de las Naciones Unidas, mantener el compromiso con el Plan Marshall y crear una organización de defensa conjunta de Estados Unidos y Europa. Casi al último minuto, un funcionario de nivel medio sugirió un cuarto punto: ampliar los programas de asistencia técnica entonces dirigidos a América Latina y a los países pobres de Asia, África y el Medio Oriente, con lo cual se extendería un vector ya existente entre Estados Unidos y los países del Sur. Se aceptó la sugerencia y el Punto Cuarto se incluyó en el discurso:

> «En cuarto lugar, debemos emprender un audaz programa nuevo para hacer que nuestros avances científicos y progreso industrial estén disponibles para la mejora y el crecimiento de las zonas subdesarrolladas» (Rist 1997).

Imprevisiblemente, desde la perspectiva del gobierno de Truman, el Punto Cuarto recibió una atención masiva de la prensa y los encargados de formular políticas en todo el mundo. En consecuencia, las iniciativas del gobierno en esta área se intensificaron y, a lo largo de varias décadas, se crearon actores internacionales nuevos, tales como los precursores del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), los bancos de desarrollo regional y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Por consiguiente, el Punto Cuarto estableció de manera muy pública y mundial la idea del subdesarrollo como sinónimo de lo que se había llamado "retraso económico" y demostró de manera dramática la posición de poder de Estados Unidos en la definición del estatus de otras naciones.

En consonancia con el surgimiento de este marco, la idea de que el desarrollo se podía planificar y fomentar estratégicamente se caracterizó por alejarse del concepto de cambio social intransitivo (Rist). Cabe destacar que la configuración de las relaciones internacionales del Punto Cuarto eliminaba (al menos retóricamente) la relación colonizador-colonizado al suprimir los debates sobre relaciones desiguales de poder entre las naciones. El subdesarrollo era ahora una etapa en un proceso lineal inevitable hacia el desarrollo por el que todos los países atravesaban. Este *continuum* de desarrollo-subdesarrollo creaba la posibilidad de reconocer la intervención como una misión humanitaria, en lugar de una de colonización o imperialismo. Por último, se sentó el supuesto de que los medios de masas operaban como un medio apropiado e importante para inspirar a la gente del mundo "subdesarrollado" a emular a aquella del Occidente "desarrollado" (Lerner 1958). Muchos de estos principios básicos siguen actuando hoy en día como los fundamentos de la práctica del desarrollo, en tanto que las instituciones internacionales de desarrollo asignan recursos para transferir conocimiento y tecnologías a comunidades en naciones con pocos recursos materiales.

La geometría del modelo de desarrollo ofrece una herramienta analítica flexible para analizar los procesos de desarrollo. Los conceptos abstractos de nuestra geometría del desarrollo no se ciñen a los Estados-nación como unidad clave del análisis, aunque reconocen que son actores importantes. Además, nuestra geometría del desarrollo no se limita a ver el flujo de la ayuda para el desarrollo como "de Occidente al resto". La nomenclatura de espacio, puntos y vectores nos permite no sólo criticar diversas disposiciones de la geometría del desarrollo —tal como la creada por Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial—, sino también considerar disposiciones alternativas del desarrollo abiertas a incorporar una amplia gama de actores y en las que no hay papeles predeterminados.

Por ejemplo, cuestionamos la moralidad y validez de la geometría del desarrollo estadounidense de la era de la Guerra Fría, que ha llegado a dominar la política y la práctica del desarrollo mundial hasta el presente. Pero también, sobre la base de un análisis de espacios, puntos y vectores en disposiciones existentes, aunque menos conocidas, proponemos una geometría del desarrollo alternativa.

Sostenemos que se debe desechar la geometría del desarrollo dominante dadas las muchas limitaciones que este modelo impone a la idea del desarrollo y sus políticas y programas. Tal como se ha sugerido en muchos otros análisis de los modelos dominantes del desarrollo, este enfoque justifica indebidamente el posicionamiento de los países más ricos como modelo normativo y, por lo tanto, legitima su intervención en zonas "subdesarrolladas". Se ha criticado este modelo por su visión etnocéntrica y arrogante, que amontona a diversas comunidades del Sur —con una amplia variedad de historias culturales— en un solo espacio monolítico para las intervenciones de desarrollo. Incluso el aparentemente inocuo supuesto de que las tecnologías en sí mismas son inherentemente "neutrales" revela un enfoque etnocéntrico (Ito 2000).

La geometría del desarrollo dominante implica una relación vectorial en virtud de la cual políticas y programas intervencionistas, creados en diversas instancias institucionales de los países del Norte, se plantean como beneficiosos para sus comunidades objetivo en el Sur. Estas perspectivas permitieron que muchos académicos y encargados de formular políticas en el Norte, sin la menor duda ni reparo, idearan planes para "desarrollar" al Sur a imagen y semejanza del Norte. La dicotomización de toda la estructura mundial del desarrollo en espacios modernos y tradicionales (aun con una categoría "transicional" en el medio, como consta en Lerner) borra las intersecciones entre y dentro de las prácticas en contextos históricos (Melkote 2002). Estas amplias generalizaciones obvian las distinciones entre países (Rodgers y Starr 1995), reducen a los grupos a categorías homogéneas (Melkote y Steeves 2001), típicamente a nivel de naciones en lugar de comunidades, y suponen que las vivencias de pobreza (Escobar 1994), género (Mohanty 1991) y demás condiciones sociales son similares en todos los contextos históricos y culturales. Este tipo de «voluntad espacial de poder», en definición de Escobar, permitió que las elites nacionales de los países del Sur en el poscolonialismo representen sus intereses de clase específicos como si fueran los intereses del Estado-nación como un todo (Alvares 1992). Sin embargo, lo más común era que los intereses de las elites nacionales del Sur fueran idénticos a los intereses de quienes formulan las políticas de desarrollo en los países del Norte. En ese sentido, las elites de los países del Sur copiaban la geometría del desarrollo internacional dominante al interior de sus propias fronteras. Este proceso, en muchos casos, ha llevado al abuso de los derechos indígenas y de las minorías.

Otro problema con esta geometría del desarrollo dominante es que conceptualiza el *continuum* desarrollo-subdesarrollo de una manera que hace un fetiche de los límites geopolíticos (Wilmer 1993). Los críticos del posdesarrollo han descrito los procesos mediante los cuales la industria del desarrollo

construye espacios del "Tercer Mundo" por medio de la planificación e implementación de la intervención estratégica (Escobar; Nederveen Pieterse 2001). Las instituciones dominantes bilaterales y multilaterales de desarrollo se basan en la premisa de límites geopolíticos estables para conceptualizar y medir el "objetivo" como "el Tercer Mundo". Incluso en los modelos participativos de desarrollo, pese a las mejores intenciones y al trabajo dedicado de muchos profesionales y teóricos, la "participación" sirve más a menudo para cumplir necesidades administrativas de la industria que como una alternativa a los planteamientos dominantes del desarrollo (Huesca 2002).

En la geometría del desarrollo creada por el Punto Cuarto, ya que la unidad de análisis primaria era el Estado-nación, los planes a cinco años, protocolos de recopilación de datos, sistemas de comunicación, desarrollo de infraestructura, creación de la burocracia y demás actividades se concebían como proyectos nacionales. Por ejemplo, la medida principal del progreso era el Producto Nacional Bruto (PNB) y los datos sobre la producción y el consumo de los medios se presentaban típicamente como mediciones globales del Estado-nación (Lerner). Aunque estos datos podrían haber sido útiles para ciertos fines de planificación y política a gran escala, no tomaban en cuenta las desigualdades en la distribución de recursos entre los segmentos de la población de un país. Se gastaba una enorme cantidad de energía en trazar territorios y delimitar las fronteras de los estados recién independizados. Nuevamente, esta información puede haber sido valiosa para desarrollar la infraestructura, facilitar algunas formas de interacción social y generar ciertos tipos de crecimiento económico (todos con beneficios repartidos desigualmente), pero otro propósito de estas actividades era monitorear y restringir el movimiento de las minorías y las comunidades nativas (Radcliffe 1999).

En cuanto a los temas de comunicación en la geometría del desarrollo dominante, el supuesto operativo era que los sistemas de medios a nivel nacional eran necesarios para distribuir información eficientemente y para movilizar a la población para que se vuelva moderna en beneficio de los intereses nacionales. Tal como dice Lerner:

> «Central en este desplazamiento [de lo tradicional a lo moderno] es el cambio en los modos de comunicar ideas y actitudes, ya que diseminar entre un público vasto imágenes vívidas de sus propias nuevas maneras es lo que manifiestamente hace la modernización. Los medios de masas de los tabloides, la radio y el cine son ahora el modo dominante, no los medios clasistas, como los libros y los viajes».

Lerner y otros autores supusieron que las identidades fomentadas a través de sistemas de medios nacionales se impondrían a otras identificaciones dentro y entre fronteras nacionales, y que estos sistemas de medios más grandes serían más eficientes y sofisticados que los más pequeños. Incluso el discurso actual del desarrollo perpetúa esta geometría y parece incapaz de afrontar las realidades vectoriales contemporáneas de las redes de medios transnacionales especializadas creadas por comunidades en diáspora.

Claramente, muchos escritores se sienten incómodos con el vocabulario de la geometría del desarrollo dominante, y emplean citas y pies de página para señalar su uso crítico de términos como "Tercer Mundo" y "desarrollo" (Mohanty, Sturgeon 1999). Estos teóricos y profesionales están tratando de distanciarse de una visión etnocéntrica que hace una distinción jerárquica entre el Occidente del norte como "primer" lugar y los otros como rezagados de alguna manera, en "tercer" o hasta "cuarto" puesto (Melkote y Steeves, Nederveen Pieterse). Sin embargo, incluso estos usos críticos evocan un planteamiento más o menos tradicional de la geopolítica. Por ejemplo, el término "Tercer Mundo" se propuso por primera vez durante la Revolución Francesa de 1789 para referirse al "tercer estado", a las personas en situación de pobreza que carecían de poder político (Melkote y Steeves, Payne 1999), y desde

entonces se ha utilizado para representar a actores espaciales, tales como las comunidades unidas por vivencias compartidas de opresión por motivos de jerarquías de raza, etnia, clase o género (Melkote y Steeves); de distancia económica o dependencia de la economía capitalista mundial (Glassman y Samatar 1997); o de luchas políticas anticolonialistas (Chow y Lyter 2001). Pero algunas de estas distinciones pueden ser inapropiadas si se consideran las distintas historias políticas de muchas comunidades y naciones, como el caso de Tailandia, donde una colonización política directa no formó parte de su vivencia histórica.

Muchos teóricos han reconocido que las pautas económicas y políticas dominantes para categorizar a los países son "irremediablemente obsoletas y anacrónicas" (Kamrava 1995), y las distinciones entre Primer, Segundo y Tercer Mundo ya no tienen ninguna trascendencia en un mundo posterior a la Guerra Fría (Kamrava, Melkote y Steeves). La validez de estas categorizaciones de Primer, Segundo y Tercer Mundo o de Norte frente a Sur está efectivamente en duda, dada la estructura rápidamente cambiante de los contextos político-económicos mundiales, en los que se observan modificaciones en los vectores de dominación política y económica entre las naciones y otros actores espaciales, el fortalecimiento de las instituciones e identidades regionales, la globalización de los sistemas económicos y de comunicación, y la privatización de las industrias (Hagopian 2000, Schuurman 2000).

Como respuesta a las limitaciones de la geometría del desarrollo dominante, proponemos dos planteamientos para reconceptualizar una geometría del desarrollo. En primer lugar, alentamos nuevas maneras de concebir a los donantes del desarrollo, resaltando un conjunto de vectores que normalmente se pasan por alto en los estudios de la estructura mundial del desarrollo. Se ha dado poco reconocimiento a las distinciones entre donantes, a los que habitualmente se ve como representantes de un enfoque monolítico hacia la labor de desarrollo. En segundo lugar, vemos los espacios culturales, territorios, identidades, el progreso y el cambio social de maneras que no están circunscritas por los límites geopolíticos, que constituyen la base de la mayoría de los estudios del desarrollo. Desde nuestra óptica, la idea misma del "desarrollo" escapa a las mediciones del Producto Nacional Bruto y se centra, en su lugar, en conceptos de derechos y recursos de los grupos socioculturales, abriendo la posibilidad a vínculos entre actores espaciales más allá de las fronteras geopolíticas (Rist).

En lugar de centrarse en una geometría que limita las categorías de desarrollo a contextos nacionales en el marco de referencias de norte y sur, u oriente y occidente, abogamos por visiones del desarrollo que se centren en el acceso a recursos, considerado éste, en términos generales, como la capacidad de activar el poder a través de medios económicos, políticos, sociales y culturales. El concepto de geometría ofrece una conceptualización abstracta que permite visiones alternativas de espacios, puntos y vectores. Una configuración espacial alternativa del desarrollo significa dejar atrás el énfasis que se ha puesto en el lugar geopolítico y más bien concentrar nuestra atención en la importancia del espacio sociocultural, donde las historias e identidades específicas son las que priman. Esto desplaza el discurso del desarrollo como una ayuda benevolente a entidades geopolíticas —lo cual amenaza la diversidad, homogeneiza las tradiciones locales y fomenta que las minorías se adecuen a las prácticas culturales occidentales de los caucásicos— hacia un discurso de derechos y recursos, en el cual se destaca la autodeterminación y la autonomía de las comunidades minoritarias y las prácticas culturales y sociales localmente pertinentes. Dicho desplazamiento implica la introducción en la estructura global del desarrollo de un nuevo conjunto de actores espaciales ligados a territorios transnacionales o regionales locales; de nuevos puntos de formulación e implementación de políticas; y, de nuevos vectores que vinculan a los actores espaciales y señalan la descentralización.

En resumen, propugnamos que se descarte la geometría del desarrollo dominante, que surge de las articulaciones históricas de la política extranjera estadounidense y que se deriva de la práctica actual del desarrollo. La naturaleza etnocéntrica y jerárquica de las divisiones primer/tercer, norte/sur y oriente/occidente como eje de la estructura mundial del desarrollo no tiene validez ni derecho moral. En lugar de reducir los diversos grupos de donantes y naciones destinatarias a amplias categorías geopolíticas, propugnamos que las nuevas geometrías del desarrollo consideren otras agrupaciones sociales (por ejemplo, nuevos actores espaciales e institucionales) en función de delimitaciones locales y regionales que guarden armonía con las historias culturales de los contextos particulares. Quizá nuevas geometrías del desarrollo nos ayuden a cumplir mejor con el principio medular de la labor de desarrollo: tratar de mejorar la condición humana.

Bibliografía citada

Alvares, C. (1992). *Science, Development & Violence: The Twilight of Modernity*. New Delhi, Oxford.

Chow, E. N. y Lyter, D. M. (2002). "Studying Development with Gender Perspectives: From Mainstream Thoeories to Alternative Frameworks" en Chow, E. N. (ed.) *Transforming Gender and Development in East Asia*. New York, Routledge.

Escobar, A. (1994). *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*. Princeton, Princeton University Press.

Glassman, J. y Samatar, A. I. (1997). "Development Geography and the Third-World State" en *Progress in Human Geography*, 21.

Hagopian, F. (2000). "Political Development, Revisited" en *Comparative Political Studies*, 33.

Huesca, R. (2002). "Participatory Approaches to Communication for Development" en Mody, B. (ed.) *Handbook of International and Intercultural Communication*. Thousand Oaks, Sage Publications.

Ito, Y. (2000). "What Causes the Similarities and Differences among the Social Sciences in Different Cultures? Focusing on Japan and the West" en *Asian Journal of Communication*, 10.

Kamrava, M. (1995). "Political Culture and a New Definition of the Third World" en *Third World Quarterly*, 16.

Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York, The Free Press.

Melkote, S. R. (2002). "Theories of Development Communication" en Mody, B. (ed.) *Handbook of International and Intercultural Communication*. Thousand Oaks, Sage Publications.

Melkote S. R. y H. L. Steeves (2001). *Communication for development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment*. New Delhi, Sage.

Mohanty, C. T. (1991). "Cartographies of Struggle: Third World Women and the Politics of Feminism" en Mohanty, C. T.; Russo, A. y Torres, L. *Third World Women and the Politics of Feminism*. Bloomington, Indiana University Press.

Nederveen Pieterse, J. (2001). *Development Theory: Deconstructions/Reconstructions*. London, Sage.

Payne, A. (1999). "Reframing the Global Politics of Development" en *Journal of International Relations and Development*, 2.

Radcliffe, S. (1999). "Popular and State Discourses of Power" en Massey, D.; Allen, J. y Sarre, P. (eds.) *Human Geography Today*. Cambridge, UK, Polity Press.

Rist, G. (1997). *The History of Development from Western Origins in Global Faith*. London, Zed.

Rodgers, J. y Starr, A. (1995). "On Discourses and Social Movements: Traversing the First World/Third World Development Divide" en *Journal of Developing Societies*, XI.

Schuurman, F. J. (2000). "Paradigms Lost, Paradigms Regained? Development Studies in the Twenty-First Century" en *Third World Quarterly*, 21.

Sturgeon, N. (1999). "Ecofeminist Appropriations and Transnational Environmentalisms" en *Identities*, 6.

Wilmer, F. (1993). *The Indigenous Voices in World Politics*. Thousand Oaks, Sage.

Shah, Hemant y Wilkins, Karin Gwinn (2006). "Geometries of Development" en *Mazi*, Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, mayo (*www. communicationforsocialchange.org/php. mazi)*. Reproducción autorizada por los autores y la editorial.

Extracto de

Comunicación y transición en el Medio Oriente

Karin G. Wilkins

La obra ya clásica de Lerner sobre el papel de los medios en la modernidad todavía sirve de base para lo que ha sido el trabajo académico subsiguiente sobre comunicación y transición en el Medio Oriente. Polarizando la tradición de la modernidad y una trayectoria de desarrollo supuestamente inevitable, Lerner (1966) afirma que «en lo que es Estados Unidos [...] aspira a convertirse el Medio Oriente modernizante». Para emprender este trayecto hacia la modernidad estadounidense, Lerner describe un proceso mediante el cual la exposición a los medios —particularmente de fuentes nacionales y extranjeras— engendra vivencias indirectas que conducen a las perspectivas de empatía necesarias para forjar participantes democráticos y emprendedores en las naciones emergentes. Considera que el sistema de comunicación que habrá de inspirar esta transición se vale de los medios más "modernos", especialmente la radio y el cine, en lugar de las tradiciones orales no intermediadas de comunicación, más propias de una cultura "tradicional".

Medio siglo después, las debilidades de este argumento son fácilmente identificables y han sido ampliamente enumeradas en varias obras (Wilkins 1999, 2000). Entre otros aspectos, sus críticos advierten el carácter etnocéntrico, jerárquico y patriarcal de este argumento, y la simplificación que hace de contextos políticos, históricos y culturales complejos. Aún así, muchos de los supuestos iniciales de Lerner relativos a la transición en la región y a la importancia de la comunicación intermediada en dicho proceso han hecho eco en publicaciones más recientes sobre el tema.

En primer lugar, Lerner consideraba que las culturas del Medio Oriente harían un tránsito natural de sociedades más tradicionales a sociedades más modernas. Esta afirmación se basa en la idea de que existe un derrotero lineal evolutivo que conduce hacia una "modernidad" deseada. Un estudio reciente (Inglehart y Baker 2000) presenta un planteamiento distinto del proceso de modernización avalado por Lerner: esboza una fase "posindustrial" y resalta los valores y los procesos de comunicación e información posmaterialistas posteriores a la fase "industrial" o moderna del desarrollo —donde se privilegia lo técnico, racional, materialista y secular— que siguió a la fase "preindustrial", que fundaba la experiencia en la naturaleza. Pero la idea de que el desarrollo sigue un trayecto lineal no difiere de la visión inicial de Lerner como tampoco lo hace la visión de una transición dentro de las esferas nacionales.

Otras exposiciones sobre el tema de los sistemas de comunicación en la región equiparan de modo similar la oralidad con la tradición, y los medios con la modernidad (Ayish 1999, Rawan 2002), e incluso los medios nuevos con la posmodernidad (Fandy 1999). En la descripción histórica que hace de los sistemas de comunicación de Afganistán, Rawan no sólo describe a los sistemas orales —la comunicación en las mezquitas, reuniones y bazares— como tradicionales y a los sistemas de medios —prensa, radio y televisión— como modernos, sino que también se refiere a estos últimos como prerrequisitos para la modernización: «El desarrollo y la proliferación de los medios masivos modernos no son sólo factores decisivos en el proceso de desarrollo de la sociedad afgana, sino que también deben ser vistos como un importante factor que contribuye a la proliferación de la cooperación económica y cultural a nivel internacional». Una distinción, no obstante, es que a diferencia de la aparente preferencia de Lerner por fuentes mediáticas nacionales y extranjeras, Rawan reconoce la importancia de usar la información y los idiomas locales en los productos mediáticos.

Aunque Ayish también considera a las comunicaciones orales como tradicionales y a las intermediadas como modernas, su argumento plantea temas importantes respecto de la naturaleza del proceso de comunicación, sea éste relativo al contexto o universal en el espacio y el tiempo. Lerner también abordó este tema y defendió su posición de que algunos procesos humanos eran universales y otros particulares. El trabajo de Kraidy (1999a) sobre el hibridismo de la juventud libanesa articula las intersecciones entre las identidades occidentales modernas y las culturas árabes tradicionales, que se han yuxtapuesto ampliamente debido al consumo de medios, la imitación de estilos de vida y el posicionamiento dentro de contextos nómadas. Kraidy, Ayish y otros intentan ir más allá de la supuesta dualidad de tradición y modernidad destacada en gran parte de la literatura académica occidental sobre la comunicación y la transición en el Medio Oriente.

Lerner elabora un proceso teórico que, considera, conducirá a la modernidad, proceso que para él necesariamente supone una reforma democrática. Mientras Lerner se centró en los intereses de los individuos en la participación política, algunas de las publicaciones más recientes abordan contextos estructurales como los sistemas legislativos y judiciales, y preocupaciones colectivas como los derechos humanos y de las mujeres (Carapico 2002). Algunos autores encuentran evidencia de esta transición en el hecho de que el número de países que han tenido elecciones en el Medio Oriente y el norte de África casi se ha triplicado entre mediados de la década de 1970 y mediados de la de 1990 (Sreberny 2001). Las explicaciones de esta transición abarcan desde intereses auténticos hasta presiones externas de donantes extranjeros como el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), y condiciones históricas como el colapso de la Guerra Fría (Sreberny).

La variedad de perspectivas respecto del papel de los medios en el fomento de la transición democrática se evidencia en las publicaciones recientes. Algunos consideran que los medios tienen el poder de inspirar la migración, facilitar mercados, demarcar los espacios para la sociedad civil, ofrecer vías de expresión a los grupos marginados, proporcionar fuentes alternativas de información e inculcar el sentido de ciudadanía o el de pertenencia en las comunidades (Jamal 2000, Sreberny). Carapico, por ejemplo, sostiene que los medios, la migración y los mercados constituyen «las fuerzas más poderosas en pro de la modernidad que operan en el mundo» (Sreberny). Sin embargo, otros alegan que los sistemas de medios pueden restringir la transición democrática cuando los medios mundiales, regionales o alternativos distraen la atención de los intereses nacionales, o cuando se usan para ejercer control político, ya sea a través de mecanismos informales, como la autocensura, o de mecanismos más formales, como las leyes y arrestos en nombre de la censura y el control (Jamal 2000, 2001).

Los teóricos de la sociología política han empezado a teorizar sobre la dinámica entre los gobiernos y los medios noticiosos, aunque poniendo más acento en el lado político oficial de esta ecuación (Gilboa 1998, Wolfsfeld 1997, Wolfsfeld y otros 2002). Estos modelos teóricos dan mucho crédito a la capacidad del entorno político de dominar los sistemas de medios, si bien reconocen hasta cierto punto las demás presiones que existen al interior del entorno mediático y la intermediación de los profesionales de las noticias. Los teóricos especializados en comunicación política tienen mucho que añadir a este debate, pero necesitarán concentrarse más específicamente en las condiciones particulares de este específico escenario regional.

La transición democrática podría optimizarse con el surgimiento de un sector civil separado del Estado y

del mercado, que cree un espacio para la expresión, la crítica y el diálogo (Khiabany y Sreberny 2001). Si el establecimiento de un sistema de "prensa libre" ayudará a promover esta sociedad civil, es algo que está abierto al debate. Mientras algunos abogan por un sistema de prensa progresista como manera de fomentar la crítica política (Amin 2002; Khiabany y Sreberny; Najjar 1998), otros cuestionan el vínculo entre los sistemas noticiosos y la democratización (Ayish 2002).

La libertad de expresión puede restringirse a través de canales formales, como las políticas y regulaciones políticas, o la propiedad y el control económico; a través de la intervención técnica o de la dinámica informal que exista en una cultura política o un sistema educativo profesional (Amin; Casen 1999; Khiabany y Sreberny; Najjar). Los gobiernos pueden controlar la prensa por medio de la imposición de multas, el encarcelamiento de los profesionales de la noticia, la regulación de capitales y licencias, entre otras medidas (Amin, Najjar).

Algunos ven en la regulación de los medios una forma de responsabilidad cívica o preservación cultural (Amin; Gher y Amin 1999), o un mecanismo para controlar el caos y la oposición (Kraidy 1999b). Por otro lado, las presiones mundiales hacia la privatización y el uso de nuevas tecnologías, junto con el interés político de mantener un determinado perfil, y los códigos profesionales fomentados por la formación occidental de los periodistas del Medio Oriente (Amin; Ayish 2002), favorecen el fortalecimiento de una prensa progresista.

Los intereses políticos en los sistemas de medios no sólo se usan para justificar los intentos por controlar el contenido de los medios, sino también para promover una determinada imagen del gobierno nacional en los entornos regionales y mundiales. Tanto el gobierno libanés (Kraidy 1999b) como el jordano (Najjar), por ejemplo, parecen motivados a tratar en formas muy particulares a las industrias de los medios, sobre la base de la imagen que tienen de sí mismos como líderes regionales progresistas.

En general, gran parte de la investigación que se ocupa de la transición política en el Medio Oriente se centra en las dimensiones formales de la democracia, mientras que los debates sobre el papel de los medios tienden a enfatizar las relaciones entre el Estado y los sistemas de medios. Parece haber un interés creciente en el surgimiento de la sociedad civil como paso intermedio entre los sistemas de medios que permitan la libertad de expresión y la reforma democrática subsiguiente. Esta literatura se refiere menos a los movimientos sociales y los grupos de oposición involucrados en la reforma política y menos, también, a las estrategias de resistencia a los sistemas de medios, que a estos aspectos más formales (el gobierno) de la democracia.

Aunque los debates sobre la transición hacia la modernidad tienden a destacar la reforma democrática, se da por sentado que las transiciones económicas también integran este proceso hacia la modernidad. Los beneficios de comercializar las industrias de los medios son más supuestos que debatidos en esta literatura. Por lo menos algunos estudios ya han empezado a examinar la relación entre la estructura económica y los textos de los medios (Ayish 1997), tal como se ha hecho en otros contextos regionales. Algunos teóricos elogian la promoción de la sociedad de consumo que hacen los medios comerciales, como forma de reflejar y moldear los intereses de los consumidores. Por ejemplo Gher y Amin sostienen que «el paso del Medio Oriente de economías feudales al capitalismo de la libre empresa es una necesidad absoluta para la supervivencia del mundo árabe». La investigación de Al-Makaty y otros (1996) en Arabia Saudita explora las variaciones sutiles que han experimentado los enfoques de la publicidad en el Islam (algunos ven en los medios comerciales una amenaza a los valores culturales, mientras que otros los consideran una oportunidad de ganancia económica) en este sistema orientado al mercado, y plantea que los sistemas publicitarios de

origen occidental quizá necesiten ser más sensibles a otros contextos culturales. Estos estudios ofrecen un inicio útil para una investigación más amplia que conecte los contextos económicos con los políticos, y los productos mediáticos resultantes con las interpretaciones de la audiencia.

Una investigación que ubique la producción de los medios en distintos contextos políticos y económicos será particularmente crucial en esta región, dado que los pocos estudios realizados hasta ahora han encontrado resultados contrarios a los observados en estudios similares llevados a cabo en Occidente. Para Ayish (1997), por ejemplo, es más probable que el Centro de Tele y Radiodifusión del Medio Oriente —que opera con financiamiento privado saudí— ofrezca una programación integrada por noticias e información, a diferencia del Canal Satelital Egipcio público, que incluye más entretenimiento en su programación. El estudio de Sakr (2001) sobre la televisión satelital egipcia confirma la importancia de las estaciones transnacionales privadas que transmiten las críticas políticas que se hacen a los gobiernos nacionales. Tal como explica en su extenso análisis de las industrias de medios, el proceso de privatización es impulsado por agentes externos como la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por su sigla en inglés) y la Cámara de Comercio de Estados Unidos, así como por negocios locales (Sakr). Los temas de privatización y comercialización se están volviendo más urgentes en la creación de sistemas de medios transnacionales (Sreberny), puesto que muchas estaciones de televisión están produciendo en el extranjero —por ejemplo MBC en el Reino Unido y Orbit en Roma (Franklin 1996)—, pero para el Medio Oriente.

Otro estudio describe a los canales comerciales de difusión como aquellos que transmiten la "cultura real" en Turquía, en oposición a la "cultura oficial" promocionada a través de las estaciones estatales (Aksoy y Robins 1997). Según Aksoy y Robins, la «proliferación de canales de difusión [...] estuvo asociada a una marginación y relativización rápida de la cultura "oficial", y a una diferenciación del público turco según gustos, cultura e identidad». Aunque estos múltiples canales pueden haber abordado la diversidad cultural en su programación y contenido, la representación política siguió siendo cautelosamente reducida, dado que la nueva regulación de la difusión —de mediados de la década de 1990— se volvió más restrictiva. Estudios posteriores de estos autores (Aksoy y Robins 2000) describen detalladamente cómo la programación de la televisión pública turca fomenta un sentido claro de la identidad turca como una lealtad nacional, más que las estaciones privadas que parecen reconocer la diversidad entre los grupos de emigrantes turcos en toda Europa.

Entender la naturaleza de la industria de los medios de la región y también de la dirigida a ella es crucial para considerar el potencial que tienen los medios en los procesos de cambio social. En lugar de suponer que la comercialización va de la mano con la democratización, necesitamos cuestionar este vínculo, particularmente en vista de lo vivido recientemente en la República Popular China, donde la privatización de la industria se ha desacoplado de la participación política. Más aún, enfocarse selectivamente en las distinciones entre lo privado y lo público podría excluir el reconocimiento de dimensiones sociales cruciales, tal como la importancia de las instituciones civiles en los procesos de cambio social (Sakr).

Algunos estudios sobre la transición social resaltan el papel de los medios en la reinscripción y fragmentación de las identidades nacionales, culturales y otras. La recepción de los medios podría contribuir a ciertas representaciones de los grupos culturales, capaces de corresponder, complementar o incluso oponerse a las narraciones que hacen las comunidades nacionales. Los medios se convierten en los «espacios de comunicación donde la identidad, el significado y las fronteras, o las comunidades en diáspora, se construyen, debaten y reimaginan con-

tinuamente» (Mandaville 2001). Más específicamente para los fines de esta argumentación, la zona del Medio Oriente se «reconstituye y rearticula en espacios y sociedades distantes del Medio Oriente» a través de la representación y la recepción mediatizada. Los programas de televisión por satélite, tales como los de MBC, Egipto y Turquía, ayudan a reforzar a las comunidades musulmanas en diáspora (Ghaffari-Farhangi 1998). El estudio de Carter (2001) sobre el cine en idioma berebere demuestra cómo las comunidades bereberes usan su acceso a la producción mediática para contrapesar las representaciones problemáticas que dominan gran parte de los medios marroquíes controlados por el Estado. El trabajo de Carter articula una visión crítica de las comunidades no sólo como consumidoras, sino también como productoras de medios, lo cual es de particular importancia para grupos que se encuentran marginados del centro del poder político en la sociedad.

En general, sabemos mucho menos sobre el papel de los medios, especialmente de los medios alternativos, en el activismo social, en comparación con la esfera más formal de la transición política. La investigación debe incluir más información sobre los movimientos sociales y los medios en el contexto de la resistencia a la opresión política de gobiernos nacionales y extranjeros. La evidencia anecdótica de las transmisiones transnacionales por televisión para movilizar el apoyo a las protestas estudiantiles recientes en Irán sugiere que es un área que merece más investigación. Los sistemas transnacionales de televisión mismos se están convirtiendo en agentes cada vez más relevantes en las transiciones sociales, políticas y económicas.

Cuando Lerner teorizaba sobre el papel de los medios en el desarrollo nacional, la llegada del cine, la radio y los periódicos llamaba la atención. Desde entonces, se han considerado muchas otras tecnologías de los medios en el contexto del desarrollo, incluidos los teléfonos, la televisión y el vídeo, junto con otras estrategias de comunicación como la música y el teatro populares. Las tecnologías de la información, caracterizadas como nuevas e interactivas en gran parte de estos estudios, son las que siguen en esta historia de las tecnologías de medios, pregonadas primero por su potencial de fomentar el cambio social, criticadas luego por las desigualdades que pueden engendrar y las limitaciones estructurales de su implementación, y posteriormente consideradas más variadas en sus usos y consecuencias dependiendo de las estructuras político-económicas y los contextos culturales.

Al igual que en gran parte de los estudios sobre el desarrollo en todo el mundo, los debates sobre la transición en el Medio Oriente se centran extensamente en la promesa potencial de las nuevas tecnologías de la información, resaltando generalmente las informáticas interactivas. Tres estudios recientes profundizan sobre los contextos en Jordania, Arabia Saudita y Kuwait (Cunningham 2002, Teitelbaum 2002, Wheeler 2001). Haciéndose eco de los estudios anteriormente mencionados sobre la transición política, los debates sobre las nuevas tecnologías de la información en el Medio Oriente tienden a centrarse en el interés del Estado por mantener el cóntrol de la información, èn contra del potencial tecnológico de disolver las fronteras tradicionales del Estado-nación. Teitelbaum describe las negociaciones políticas en Arabia Saudita en las que el gobierno trata de equilibrar los intereses económicos con los intereses islámicos en sus intentos por moldear el internet para usos comerciales y públicos. De modo similar a muchos otros que han hablado sobre el tema, él supone que el «internet, por su misma naturaleza, es un medio descentralizado y descentralizador» a través del cual el gobierno y los grupos de oposición buscan articular sus propias perspectivas.

Aunque la mayor parte de los estudios que se ocupan de la transición política y los medios en el Medio Oriente tienden a centrarse en los canales oficiales del gobierno, una importante área de estudio emergente aborda el potencial de la resistencia política a través de los medios. Las tecnologías informáticas interactivas son mencionadas frecuentemente en estos debates por su descripción de la resistencia kuwaití a la ocupación iraquí y la oposición saudí a la doctrina oficial (Fandy 1999). En sus intentos por controlar la información, quizá sea más fácil para los Estados regular el sector de teledifusión y el sector editorial que otras formas de comunicación, como la producción y distribución de cintas de audio y los sistemas de telecomunicaciones y de internet (Fandy 1999). Concebidas como tecnologías posmodernas, Fandy sugiere que los actuales «medios electrónicos y sistemas satelitales prácticamente disuelven las barreras tradicionales que antes separaban a los Estados y las naciones». Al tiempo que Fandy explica cuidadosamente el interés de la oposición en la reforma —apelar a los ideales y las estructuras mundiales occidentales— otros se centran en las metas más revolucionarias que tienen los grupos de oposición en su uso del internet. Zanini (1999), en un artículo escrito antes del 11 de septiembre, detalla cómo los grupos terroristas usan las nuevas tecnologías de la información para movilizar a sus adeptos y librar batallas informáticas. Especula que los grupos terroristas se están volviendo más descentralizados, pero más activamente conectados en red a través de sus integrantes más jóvenes y mejor educados, que saben usar las nuevas tecnologías para coordinar sus planes sin ser detectados por el gobierno. Los académicos de los movimientos sociales y la comunicación podrían contribuir a estos debates articulando los caminos a través de los cuales los grupos marginales intentan usar tanto los medios dominantes como los medios para lograr sus metas, relacionándolas con entornos políticos y mediáticos más amplios.

Aunque los estudios de las nuevas tecnologías de la información han empezado a explorar los contextos económicos de las diversas industrias en la región, la conexión entre la privatización y los actores económicos mundiales rara vez se cuestiona. Más bien, la importancia del financiamiento privado de los proveedores de internet en el Medio Oriente tiende a ser asumida (Huff 2001), por inspiración del sector privado, como en Jordania, o del gobierno, como en Egipto y Arabia Saudita (Anderson 2000). Incluso en Jordania, que alberga una industria bastante liberalizada y sin regulaciones comparada con el resto de la región, el compromiso del gobierno y la inversión bilateral alientan la industria de la tecnología de la información (Cunningham).

Las indagaciones sobre algunas de las repercusiones sociales y culturales de las nuevas tecnologías en el Medio Oriente recién están empezando a captar más atención. Los estudios de Wheeler (2000, 2001) en Kuwait ilustran cómo los jóvenes podrían estar reemplazando los rituales sociales familiares con interacciones por computadora, especialmente en cuanto a las interacciones entre géneros. Aunque las mujeres no han desafiado directamente a las autoridades políticas a través del ciberespacio, el internet ha servido de medio para movilizar a los estudiantes universitarios a una oposición a las leyes de segregación de géneros. A la vez que contribuyen potencialmente a la transición social en la región, las nuevas tecnologías de medios también podrían ayudar a perpetuar las identidades culturales, especialmente para las comunidades musulmanas (Mandaville) y pan árabes regionales (Alterman 2000).

Estos debates tienden a suponer que los nuevos medios están en capacidad de transformar la sociedad, pero Fandy (2000) afirma que la naturaleza de la confianza cambia las circunstancias de este proceso en el Medio Oriente. Empieza por equiparar el sentido moderno de la confianza con la televisión y la palabra hablada, al tiempo que describe la confianza en los modos orales —la comunicación en las mezquitas, bazares y cafés— como "premoderna". Fandy cita casos en Egipto y Arabia Saudita en los que los ciudadanos no confiaban en los recuentos de los medios sobre la guerra y otros eventos políticos. Sin embargo, reconoce que desde hace poco se tiende a confiar más en las noticias de Al-Jazeera que en las de otras fuentes, lo cual problematiza la idea de que la confianza forma parte integral de un sistema tecnológico, independientemente de la estructura y el contexto.

Paradigmas de comunicación para el desarrollo

Varios autores plantean su preocupación de que es más probable que los árabes en la región asuman el papel de consumidores que de productores en las nuevas industrias de la comunicación (Fandy 2000, Ghareeb 2000). Anderson describe instancias, sin embargo, en las que grupos árabes participan en estos procesos de producción, por ejemplo al crear *software* para uso en árabe. Ghareeb también aboga por la participación árabe en las nuevas industrias de medios, tales como la televisión por satélite, los periódicos y revistas pan árabes, y el internet. Pese a las limitaciones por motivos de costo, idioma y alfabetización, los nuevos medios podrían potencialmente fomentar la unidad cultural y ofrecer un espacio para la expresión política (Ghareeb).

Las críticas de estos estudios concuerdan con preocupaciones sobre el panorama más amplio del trabajo realizado en el Medio Oriente. Alterman refuta los estudios actuales sobre las nuevas tecnologías de comunicación, aduciendo que se limitan a proyecciones estrechas basadas en nuestro propio lente cultural: «Necesitamos liberar a nuestros estudios sobre los nuevos medios y tecnologías en el Medio Oriente de la camisa de fuerza de la experiencia occidental». Si intentamos incorporar los contextos políticos de la investigación académica en términos de sus conexiones con las acciones políticas actuales, podríamos emprender un modo de crítica que sugiera áreas trascendentes de investigación empírica.

Bibliografía citada

Aksoy, Asu y Robins, Kevin (1997). "Peripheral Vision: Cultural Industries and Cultural Identities in Turkey" en *Environment and Planning*, 29 (11).

Aksoy, Asu y Robins, Kevin (2000). "Thinking Across Spaces: Transnational Television from Turkey" en *European Journal of Cultural Studies*, 3 (3).

Al-Makaty, Safran; Norman van Tubergen, G.; Scott Whitlow, S. y Boyd, Douglas A. (1996). "Attitudes toward Advertising in Islam" en *Journal of Advertising Research*, 36 (3).

Alterman, Jon (2000). "Counting Nodes and Counting Noses: Understanding New Media in the Middle East" en *The Middle East Journal*, 54 (3).

Amin, Hussein (2002). "Freedom as a Value in Arab Media: Perceptions and Attitudes among Journalists" en *Political Communication*, 19 (2).

Anderson, Jon W. (2000). "Producers and Middle East Internet Technology: Getting beyond Impacts" en *The Middle East Journal*, 54 (3).

Ayish, Muhammad (1997). "Arab Television Goes Commercial: A Case Study of the Middle East Broadcasting Centre" en *Gazette*, 59 (6).

Ayish, Muhammad (1999). "Communication Research in the Arab World: A New Perspective" en *The Public*, 5 (1).

Ayish, Muhammad (2002). "Political Communication on Arab World Television: Evolving Patterns" en *Political Communication*, 19 (2).

Carapico, Sheila (2002). "Foreign Aid for Promoting Democracy in the Arab World" en *The Middle East Journal*, 56 (3).

Carter, Sandra Gayle (2001). "Moroccan Berberity, Representational Power and Identity in Video Films" en *Gazette*, 63 (2-3).

Cunningham, Karla J. (2002). "Factors Influencing Jordan's Information Revolution: Implications for Democracy" en *The Middle East Journal*, 56 (2).

Fandy, Mamoun (1999). "CyberResistance: Saudi Opposition between Globalization and Localization" en *Society for Comparative Study of Society and History*, 41 (1).

Fandy, Mamoun (2000). "Information Technology, Trust, and Social Change in the Arab World" en *The Middle East Journal*, 54 (3).

Franklin, Stephen (1996). "The Kingdom and the Power (TV News in the Middle East)" en *Columbia Journalism Review*, 35 (4).

Ghaffari-Farhangi, Setareh (1998). "The Era of Global Communication as Perceived by Muslims" en *Gazette*, 60 (4).

Ghareeb, Edmund (2000). "New Media and the Information Revolution in the Arab World: An Assessment" en *The Middle East Journal*, 54 (3).

Gher, Leo A. y Amin, Hussein Y. (1999). "New and Old Media Access and Ownership in the Arab World" en *Gazette*, 61 (1).

Gilboa, Eytan (1998). "Secret Diplomacy in the Television Age" en *Gazette*, 60 (3).

Inglehart, Ronald y Baker, Wayne E. (2000). "Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values" en *American Sociological Review*, 65 (1).

Jamal, Amal (2000). "The Palestinian Media: An Obedient Servant or a Vanguard of Democracy?" en *Journal of Palestine Studies*, 29 (3).

Jamal, Amal (2001). "State-Formation, the Media, and the Prospects of Democracy in Palestine" en *Media, Culture and Society*, 22.

Khazen, Jihad (1999). "Censorship and State Control of the Press in the Arab World" en *Harvard International Journal of Press Politics*, 4 (3).

Khiabany, Gholam y Sreberny, Annabelle (2001). "The Iranian Press and the Continuing Struggle over Civil Society, 1998-2000" en *Gazette*, 63 (2-3).

Kraidy, Marwan (1999a). "The Global, the Local and the Hybrid: A Native Ethnography of Globalization" en *Critical Studies in Mass Communication*, 16.

Kraidy, Marwan (1999b). "State Control of Television News in 1990s Lebanon" en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76 (3).

Lerner, Daniel (1966). *The Passing of Traditional Society in the Middle East*. Glencoe, Illinois, The Free Press.

Mandaville, Peter (2001). "Reimagining Islam in Diaspora: The Politics of Mediated Community" en *Gazette*, 63 (2-3).

Najjar, Orayb (1998). "The Ebb and Flow of the Liberalization of the Jordanian Press 1985-1997" en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75 (1).

Rawan, Shir Mohammad (2002). "Modern Mass Media and Traditional Communication in Afghanistan" en *Political Communication*, 19 (2).

Sakr, Naomi (Rawan). "Contested Blueprints for Egypt's Satellite Channels: Regrouping the Options by Redefining the Debate" en *Gazette*, 63 (2-3).

Sreberny, Annabelle (2001). "Mediated Culture in the Middle East: Diffusion, Democracy, Difficulties" en *Gazette*, 63 (2-3).

Teitelbaum, Joshua (2002). "Dueling for Da'wa: State Versus Society on the Saudi Internet" en *The Middle East Journal*, 56 (2).

Wheeler, Deborah (2001). "The Internet and Public Culture in Kuwait" en *Gazette*, 63 (2-3).

Wheeler, Deborah (2000). "New Media, Globalization and Kuwaiti National Identity" en *The Middle East Journal*, 54 (3).

Wilkins, Karin (1999). "Development Discourse on Gender and Communication in Strategies for Social Change" en *Journal of Communication*, 49 (1).

Wilkins, Karin (ed.) (2000). "*Redeveloping Communication for Social Change: Theory, Practice and Power*. Boulder, Colorado, Rowman and Littlefield.

Wolfsfeld, Gadi (1997). "Fair Weather Friends: The Varying Role of the News Media in the Arab-Israeli Peace Process" en *Political Communication*, 14.

Wolfsfeld, Gadi; Khouri, Rami y Peri, Yoram (2002). "News about the other in Jordan and Israel: Does Peace Make a Difference?" en *Political Communication*, 19 (2).

Zanini, Michele (1999). "Middle Eastern Terrorism and Netwar" en *Studies in Conflict and Terrorism*, 22.

Wilkins, Karin G. (2004). "Communication and Transition in the Middle East" en *Gazette*, 66 (6). Sage Publications. Reproducción autorizada por Sage Publications, Inc.

DOS

LECTURAS CONTEMPORÁNEAS

La comunicación tradicional y la democratización: consideraciones prácticas

Pradip Thomas

Aunque usemos ocasionalmente el término tradicional para referirnos a cierto aspecto o tipo de cultura popular que deviene en serlo por oposición a la modernidad, palabras como ésas se deben leer entre comillas... a manera de fórmulas utilizadas por su valor funcional para identificar fenómenos, no esencias, que existen y a los que se necesita poner un nombre (García Canclini 1993).

Normalmente, lo tradicional y lo moderno ocupan polos opuestos en el *continuum* de civilización, desarrollo, cosmovisión y "estructuras de sentimiento". Hay una plétora de asociaciones, nociones y supuestos relacionados con los dos conceptos. Ambos se han utilizado como identificadores teóricos, como «conceptos de filtración», como «metonimias y sucedáneos» (Appadurai 1986) para describir y explicar procesos de vida multidimensionales, polivariantes y profundamente complejos. Recurrir a conceptos fijos, orgánicos y diádicos para entender la vida es una "característica del conocimiento" particularmente occidental. Sin embargo, la supuesta universalidad de los modelos dualistas de la vida basados en díadas como el bien y el mal, lo moderno y lo tradicional, etc., se pone inmediatamente en tela de juicio cuando se confrontan con experiencias vividas alrededor del mundo. Es que hay continuidades entre las experiencias y conceptos, así como vacíos, matices, nebulosidades y rupturas. No es que las categorizaciones diádicas sean ajenas a la mente oriental, sino que éstas se usan, más frecuentemente, en un sentido maleable y flexible, subordinadas al sentido común y al contexto, y a una manera "abierta" de entender el orden.

La palabra "tradicional" tiene muchas connotaciones distintas, en el sentido de que su significado se deriva del contexto. Una forma de vida tradicional podría denotar una cultura —nómada, agrícola, etc.— enraizada en un orden material y normativo que es diferente o está sólo marginalmente familiarizado con el espectro de la modernidad. A menudo, a la cultura de los amish en Norteamérica y de los ibans en Sarawak, entre muchas otras, se les llama tradicionales. Pero la palabra también se refiere a la "estructura del sentimiento" de una cultura específica, nuestras maneras heredadas de entender, la memoria popular y los medios a través de los cuales negociamos la identidad y entendemos la vida, el lugar y el espacio en el contexto de la modernidad. También se usa a menudo para describir a aquellas comunidades que observan lecturas exclusivistas y esencialistas basadas casi siempre en maneras de entender el orden derivadas de la religión. Las formas de actuar tradicionales se fundamentan en códigos, "tradiciones" codificadas en textos y en las memorias colectivas de la gente. Todas las personas están socializadas en tradiciones y éstas se transmiten oralmente en la mayoría de las sociedades, de generación en generación. La tradición, por lo tanto, debe ser vista como un proceso y también como la transmisión de un discurso simbólico específico a través de procesos dados.

Las formas tradicionales de comunicación son inherentemente simbólicas en su contenido y forma. La metáfora, la metonimia y el uso de analogías discontinuas son algunos de los medios por los cuales se comunican significados simbólicos en la tradición. Normalmente, las formas tradicionales de comunicación son amalgamas, en el sentido de que se expresan a través de la dialéctica de estructura y antiestructura. En la comunicación tradicional, tanto la resistencia como la aquiescencia pueden ocurrir y ocurren simultáneamente, y esto a menudo se logra recurriendo a la inversión de papeles, la recombinación de formas y la transformación de contenidos. En este sentido, las tradiciones se reinventan continuamente. Las formas tradicionales de comunicación son enormemente variadas e incluyen diversas formas de mediación, tanto formal como informal. La formal abarca todas las prácticas de la comunicación relacionadas orgánicamente con la celebración de la comunidad. Por ejemplo, las formas de comunicación utilizadas en el contexto de los rituales y ceremonias asociados a los procesos vitales de la comunidad, que incluyen el teatro, dramas danzados, ferias, fiestas y carnavales, narraciones orales y otros medios por los cuales las memorias colectivas se refuerzan y la tradición y la comunidad se sostienen. Lo informal abarca todas las demás formas de comunicación, por ejemplo el uso de proverbios, acertijos, poesía, canciones, etc., formas verbales y no verbales, visuales y sonoras, usadas en ocasiones que no son rituales ni ceremoniales.

Sin embargo, la línea entre lo formal y lo informal en la comunicación tradicional se puede trazar con fines puramente descriptivos más que heurísticos, porque no da cuenta de los vínculos entre los medios formales e informales de comunicación. El siguiente poema intensamente evocador escrito por Basavanna, líder de una importante tribu hindú, los Virasaivitas, citado en Turner (1974), contiene un ejemplo de estos límites difuminados. Es simultáneamente un poema religioso y educativo. Valiéndose de la dialéctica entre estructura y antiestructura, el poeta afirma la relación entre lo inmaterial, el uno mismo y lo trascendental:

Los ricos
erigirán templos para Siva.
¿Qué puedo yo,
un hombre pobre,
hacer?
Mis piernas son pilares,
el cuerpo el santuario,
la cabeza una cúpula
de oro.
Escucha, oh Señor de los ríos confluentes,
las cosas detenidas caerán
pero las que se mueven siempre quedarán.[1]

Cómo la modernidad autoentiende la tradición

Mucho se ha escrito y se ha dicho sobre la crisis de lo tradicional. Procesos acelerados de modernización, junto con la globalización de un modelo unilineal del desarrollo, de la ciencia y la tecnología y de la cosmovisión y la eticidad, han afectado la capacidad de las culturas tradicionales de reinventarse a sí mismas en el contexto de cambio. El Estado-nación modernizante ha contribuido a este proceso al homogeneizar la tradición, a menudo conforme a identidades mayoritarias. Como consecuencia, con frecuencia las tradiciones de las comunidades minoritarias, de "los primeros pobladores" y de muchos grupos marginados se soslayan en la creación de una tradición nacional. Esto, a su vez, ha conducido, por un lado, a la destrucción de tradiciones o, por el otro, ha provocado esfuerzos decididos de las comunidades por reafirmar sus propias tradiciones, a menudo a través de medios de protesta violentos. Los términos fundamentalismo y evangelismo se usan a veces para describir las acciones de comunidades que se resisten a la modernidad, a los ideales seculares y a un orden mundial definido selectivamente. Pero estos términos se usan de manera bastante ligera, y rara vez esclarecen las razones complejas de lo que son posiciones aparentemente inflexibles y exclusivistas.

La modernidad tiene una historia de acercamientos a la tradición, aunque sus motivos y razones no han sido tan transparentes. La ciencia del "otro" está contenida en impresionantes cánones de discurso

establecidos. Numerosos sociólogos y antropólogos occidentales bien intencionados, de orientaciones tanto convencionales como críticas, han intentado entender el Oriente, particularmente su relación con la modernidad y el desarrollo. Aun cuando ciertamente se ha producido una abundancia de micro y macroestudios sobre cada aspecto concebible de la vida en las sociedades tradicionales, los límites del discurso se han visto inevitablemente matizados de una cierta diferenciación entre "ellos" y "nosotros". Niranjana y otros (1993), en el capítulo introductorio del volumen "Interrogando a la modernidad: Cultura y colonialismo en la India", han comentado sobre la política que subyace tras este proceso de "otrorización": «La movilización de la "cultura india" fue tan crucial para la construcción que hizo Occidente de su propia identidad en contraste con el Otro oriental, como fueron los intentos del Oriente reconstruido de definirse a sí mismo». Un sentimiento resaltado en una observación más específica de O'Hanlon (1989) sobre el tratamiento de las historias coloniales en la India hindú: «Los supuestos subyacentes [...] de fracaso, en la apropiada separación entre el Estado y la sociedad civil, y de la tradición estática contrapuesta al dinamismo y madurez de los sistemas políticos occidentales, han determinado en gran medida el marco dentro del cual se ha cuestionado el pasado de la India».

La cuestión de la representación ha sido un elemento clave en la política cultural de una hueste de pensadores poscoloniales, tales como Edward Said (1978) y Homi Bhabha (1994), de tradicionalistas críticos como Ashis Nandy (1992) y Bhiku Parekh (1989), y de modernistas críticos como Jesús Martín Barbero (1993) y Néstor García Canclini (1993). Aunque hay buenos motivos para no tomar demasiado en serio algunas de las posiciones más extremas, agresivas y a menudo ultraexclusivistas adoptadas por ciertos críticos de la modernidad,[2] no obstante es importante revaluar algunos de los supuestos reflejados en el entender de los pensadores críticos de Occidente. Está, por ejemplo, el filósofo alemán Jurgen Habermas, un modernista crítico y defensor (con razón) de las tradiciones emancipadoras asociadas a la modernidad, su atesorada herencia de derechos y libertades y su potencial de paz y justicia. Ocasionalmente, él ha afirmado la necesidad de una «fusión de horizontes» para que salga adelante el proyecto de la racionalidad. No obstante, en su estudio clásico *Teoría de la acción comunicativa*, tras su defensa de la modernidad subyace una incapacidad de comprender o tener empatía con la lógica que anima lo que él llama la «cosmovisión mítica» (Habermas 1981). En palabras del autor: «Lo que nos irrita a los miembros de un mundo de vida moderna es que en un mundo interpretado míticamente no podemos, o no con suficiente precisión, hacer ciertas diferenciaciones que son fundamentales para nuestra comprensión del mundo. Desde Durkheim hasta Lévi-Strauss, los antropólogos han señalado repetidamente la confusión particular entre naturaleza y cultura».

Dicha lectura milita contra cualquier fusión de horizontes. Lo que nos queda es otra comprensión de lo "universal" que se edifica sobre una base conceptual estrecha y sobre un diálogo inadecuado con la diversidad de lo "particular" alrededor del mundo. Estos casos particulares a menudo se ven animados por convicciones basadas en una «unidad de sentimiento» en lugar de una «unidad de lógica» (Fernández 1986), enraizadas en lo simbólico, expresadas en lenguajes relacionales que aprehenden el todo y mediante una creatividad que se forja en la dialéctica tanto de «estructura» como de «*communitas*» (Turner 1974). Gandhi, que creía en un autoentendimiento similar, dijo alguna vez que el acto de liberación consiste en purificarse a uno mismo como un aspecto de servir al mundo y, a la vez, en servir al mundo como parte de purificarse a uno mismo, privilegiando, de esta manera, lo relacional. Johann Arnason (1991), en una crítica a Habermas, llama nuestra atención sobre lo que él denomina «los obstáculos conceptuales incorporados que tienen que ver con la visión de Habermas de la distinción entre las formas de pensar modernas y premodernas», puesto que si «las características específicas de las

cosmovisiones míticas y tradicionales se reducen a síntomas de una incapacidad de aprehender las diferencias entre los dominios de objeto (particularmente aquellos del mundo natural, social y subjetivo), así como entre las formas de relacionarse con ellos, no hay un ámbito para una auténtica fusión de horizontes». Lo que está en juego aquí es un ideal universal del progreso, que incluye sus variantes tanto liberales como liberadoras.

Se necesita resaltar lo contrario, afirmar la autenticidad en lo particular y llegar a un entendimiento sobre lo universal basado en un diálogo con lo particular, especialmente con las tradiciones cuyos autoentendimientos han evolucionado a partir de lo que uno podría llamar una "dinámica relacional". Desde en el *bumbameu-boi* —una danza dramática del Brasil del culto del *candomblé*, también brasileño— pasando por la altamente cargada vivencia comunicativa de la iniciación durante los ritos de paso de los ndembu de Zambia, hasta en una variedad de tradiciones de comunicación de todas partes del mundo, es la dinámica relacional la que hace posible el significado y su experimentación. Mi planteamiento tiene poco que ver con el autoentendimiento particular de un filósofo social conocido, es decir de Habermas, y mucho más con el hecho de que es representativo de una tradición cuyo entendimiento de lo "universal" proviene de una lectura miope y angosta y de la negación de un universo de la "diferencia".

Las antinomias de la comunicación tradicional

La afirmación de lo relacional es una función medular de la comunicación tradicional. Sin embargo, no es en absoluto una virtud en sí misma, ya que lo relacional puede ser el medio para legitimar un orden dado. El uso de la comunicación tradicional en la India, por ejemplo, lleva a reforzar el statu quo. Aunque se concede que en el contexto actual —caracterizado por un ataque acelerado contra cualquier cosa considerada siquiera remotamente "tradicional"— se debe evaluar la justificación del statu quo en el contexto de las amenazas a la supervivencia de las tradiciones, sería no obstante inoportuno que lo "progresivo" en lo tradicional continúe siendo el patrón de medida de su universalidad. El teatro popular, en sus diversas manifestaciones en la India, normalmente reafirma a través de su forma y contenido el sistema, las continuidades entre el hinduismo sánscrito y el hinduismo "popular", el orden metafísico y material y la interdependencia funcional de un orden social jerárquico dividido en castas. Al mantener un sistema de patrocinio (Arden 1971, Schechner y Hess 1977), subsidiar castas enteras cuya función principal es servir de "intérpretes" locales (Jayakar 1980) y privilegiar el papel de los sacerdotes brahmanes en los rituales clave antes y después de las presentaciones, además de otros medios, se conserva el orden establecido.[3] Wayne Ashley (1979), en un estudio del teatro ritual de Teyyam Kettu del norte de Kerala, India, ha comentado sobre las muchas formas en que las presentaciones Teyyam refuerzan el orden:

> «La presentación sirve [...] para perpetuar y renovar la continuidad de la estructura social y de la distribución del poder. Esto se ha visto demostrado en varios ejemplos: la transferencia de Sakti (poder) y la consagración del santuario por los brahmanes; la visita obligatoria del Teyyam (ídolo consagrado) al templo que alberga al dios de la casta alta; la asignación de títulos especiales y obsequios a los kolakarran (los intérpretes) de parte del rey; la presencia y el papel de los terratenientes Nair (de casta alta); la proclamación de las castas en orden de importancia ritual y las delineaciones espaciales del evento».

Sin embargo, simultáneamente, Teyyam y otros medios tradicionales reafirman las muchas bases comunitarias. Mientras que el papel del poder y la ideología podrían resaltarse justificadamente, es importante evaluar las actuaciones en la totalidad de su contexto. La comunicación tradicional también afirma la certeza, evita la anomia, establece la base para un orden normativo, legitima el papel de

la persona en la sociedad, fortalece la solidaridad en y entre las diversas castas y otras formaciones de identidad, y refuerza las tradiciones asociadas a las memorias colectivas. Las observaciones de Clifford Geertz (1973) sobre el papel de los símbolos sagrados en las sociedades tradicionales también se podrían usar para describir el motivo primario de la comunicación tradicional, que es «relacionar una ontología y una cosmología a una estética y una moralidad: su poder particular proviene de su supuesta capacidad de identificar el hecho con el valor en el nivel más fundamental, dar a lo que de otra forma sería solamente real, una importancia normativa integral».

Hacia una lectura crítica de lo tradicional

A menudo se piensa que lo tradicional implica algo inamovible, fijo, estático. Nada podría estar más lejos de la verdad. La vitalidad de las formas de comunicación tradicionales radica en su capacidad de negociar con la corriente del cambio y hacer las modificaciones necesarias en sus formas, estructuras narrativas, caracterización y contenido. Por ejemplo, la electricidad se usa tanto para realzar la escenografía como para agrandar el aspecto de los personajes en el teatro popular y las danzas dramáticas. García Canclini ha escrito sobre los artesanos de Ocumicho, México, quienes, frente a las estructuras alienantes de la modernidad, reprodujeron cerámicas que representaban a diablos, un medio que usaron para transar con los símbolos de la modernidad en sus marcos de referencia simbólicos. Hay incontables ejemplos, en todo el mundo, de la adaptación del contenido al contexto. Durante las luchas de independencia libradas en muchas partes del Sur, los levantamientos campesinos, la movilización de los marginados, y en una variedad de campañas de "conciencia social", el contenido tradicional ha sido desplazado en favor del contenido "crítico", frecuentemente con gran efecto. Rowe y Schelling (1991), García Canclini (1993) y Martín Barbero (1993), en sus estudios de la cultura popular en América Latina, han señalado la tendencia hacia la hibridación de culturas y la creciente realidad de las identidades mestizas de los emigrantes urbanos que viven en las ciudades latinoamericanas. Estas comunidades han tenido que reinventar sus artesanías y culturas tradicionales para conservar alguna medida de certeza en un contexto volátil y rápidamente cambiante. Tomadas en este sentido, las formas tradicionales de comunicación deben verse como textos abiertos que dan cabida tanto a la continuidad como al cambio.

Por desgracia, últimamente la tendencia se ha inclinado hacia la valorización de los aspectos más exclusivistas y discriminatorios de lo tradicional. A menudo, las comunidades mayoritarias han sido responsables de cultivar conscientemente maneras exclusivistas de entender la tradición y de vincularlas a conceptos de nación e identidad. Así, los serbios han usado asiduamente la comunicación tradicional para reafirmar su identidad como eslavos, como nación y como base de ciudadanía. Lo mismo han hecho los grupos fundamentalistas hindúes en la India, para quienes la tradición india es nada menos que la tradición hindú. En cierta medida, esta tendencia ha adquirido alguna legitimidad a partir de ciertos discursos neocríticos, el posestructuralismo, el posmodernismo y el poscolonialismo, que han apoyado voluntaria o involuntariamente la relativización de la verdad, la objetividad y el significado. Esto ha llevado a los tradicionalistas conservadores a mantener que sólo se puede realizar una evaluación de la tradición desde los parámetros generados por "sistemas de valor internos". La crítica cultural Sarah Joseph (1991) llama nuestra atención sobre algunas de las desventajas de este razonamiento:

> «Un planteamiento de la tradición que se funda únicamente en estándares de racionalidad generados internamente se puede cuestionar por una serie de motivos; por ejemplo, cómo podríamos reconocer las violaciones de los factores causales que dan lugar a estos estándares de racionalidad y los posibles conflictos y contradicciones entre las diferentes partes de la vida social».

Pero sería correcto señalar que, a menudo, tales planteamientos rígidos son resultado y consecuencia de la historia. Para comunidades que han sido víctimas de la modernización, el repliegue a la certeza de la tradición es la única manera de mantener a la comunidad en momentos de gran conmoción política, económica y social.

La comunicación tradicional y la comunidad

La fuerza de la comunicación tradicional radica en su capacidad de visualizar/representar la expresión de una visión de la vida, franquear la brecha entre sus realidades profundas y superficiales, e interpretar esta relación en el contexto y el lenguaje de lo local. Ésa es la forma en la cual una visión particular de la vida se actualiza y normaliza. Esta visión se basa en maneras de entender la vida pragmáticas y frecuentemente no dualistas, como se expresa en la siguiente perspectiva de Ashis Nandy (1978) que se da a menudo en las civilizaciones del Tercer Mundo:

> «[...] que el concepto del mal nunca se puede definir claramente, que siempre hay una continuidad entre el agresor y su víctima, y que la liberación de la opresión no es sólo la liberación de una entidad opresora externa, sino también y en última instancia una liberación de una parte de uno mismo».

Este pragmatismo está profundamente enraizado en las formas tradicionales de comunicación. Tomemos, por ejemplo, el papel de dos formas de teatro popular en la India: el Tamasha de Maharashtra y el Terrakoothu de Tamil Nadu. Ambas desempeñan un papel en la formación de consensos y en la integración y reintegración de las tradiciones de la comunidad dentro de la tradición más general del hinduismo; ambas, por medio de su combinación característica de sátira, farsa y humor burdo, hacen la conexión entre lo sagrado y lo profano, lo secular y lo religioso. Ambas sientan las bases para la preservación de la memoria popular sobre una base colectiva; ambas dan lugar a una identificación entre el pasado y el presente; ambas permiten que los dioses se humanicen: en ambos casos, su cercanía a la vida vivida de las personas es su mayor fortaleza. Reforzar las divisiones de casta y las relaciones de poder también forma parte de su función general.

En otras palabras, el sistema de conocimiento que proporciona un marco para una presentación Tamasha o Terrakoothu es tanto extensivo como intensivo. Es extensivo en tanto toca aspectos de la realidad vivida que son comunes y que se manifiestan en la vida diaria, por ejemplo los problemas relacionados con el amor y la ira, los celos, etc., y sus soluciones, enmarcados en la conceptuación de una moralidad cotidiana. Más aún, le enseña a la comunidad a responder a la necesidad de generosidad, tolerancia y respeto mutuo. Es intensivo en tanto proporciona un medio más o menos completo de identificación con un sistema que brinda seguridad tanto para el individuo cuanto para la comunidad. Es una visión expresada elocuentemente en el drama cosmológico de la vida, la danza de la vida personificada en la imagen del dios hindú Siva, creador, conservador y destructor de la vida.

El pragmatismo es lo que da a las visiones tradicionales su poder particular, un pragmatismo que a menudo se logra a través de la negación de la realidad que representan. En este sentido, las formas de comunicación tradicionales también son un medio para ver la vida en perspectiva, una vida condicionada por la certeza en lo trascendente, así como por un "caos" o "destino" indeterminados. Clifford Geertz alude a esta dialéctica en su descripción y comparación del papel del payaso en la tradición javanesa del teatro de títeres de Wayang con el de Falstaff en *Enrique IV* de Shakespeare:

> «Ambas figuras [...] recuerdan que, pese a las aseveraciones arrogantes en contrario de los fanáticos religiosos y los absolutistas morales, no es posible una visión del mundo humano adecuada e integral, y detrás de toda la pretensión de conocimiento absoluto y definitivo, el sentido de la irracionalidad de la vida humana, por el hecho de ser ilimitada, permanece».

La fuerza de las formas de comunicación tradicionales a menudo tiene su origen en su uso de modos de comunicación extralingüísticos que privilegian lo imaginativo sobre las gramáticas de la comunicación formalmente organizadas. Dichos modos ayudan a iluminar las muchas maneras en que la sociedad se construye sobre relaciones recíprocas. La herencia mito-poética de las sociedades tradicionales está inmersa en el lenguaje de la imaginación. Las formas de comunicación tradicionales permiten reforzar las memorias históricas y, por consiguiente, son un testimonio elocuente de la norma de que lo universal cobra su forma al encontrarse con los muchos particulares diferentes. Los dilemas morales y éticos, las interrogantes sobre la equidad y la justicia, y la distribución y el uso del poder preocupan tanto a las sociedades tradicionales como a las sociedades denominadas modernas. Puede que las formas de comunicación tradicionales no se usen activamente para desafiar el orden establecido o el statu quo pero, al igual que los medios de masas que se han utilizado ocasionalmente para desafiar el orden dominante, las formas de comunicación tradicionales se han utilizado con gran efecto desde tiempos inmemoriales para desafiar a la autoridad, especialmente a los regímenes de represión (Appavoo 1986).

Las formas de comunicación tradicionales forman parte de un proceso mayor de hacer y rehacer las comunidades. Desempeñan un papel vital en el proceso de negociación que es, en sí mismo, un elemento fundamental en el autoentendimiento y el crecimiento de las comunidades tradicionales. Es un proceso en curso y se ha vuelto cada vez más complejo a raíz de las políticas de cambio. Es esta complejidad la que las formas de comunicación tradicionales se esfuerzan por descifrar y por hacer inteligibles. Nada más y nada menos. Contra la fuerza inexorable de la modernidad y su tendencia a homogeneizar la diferencia en nombre del progreso, las formas tradicionales de comunicación son un recordatorio amable de que la verdadera democracia cultural se forja en la interacción de la diferencia, por más idiosincrásico que eso parezca.

Notas

1 La fuerza del poema radica en la dialéctica de la estructura y la antiestructura como, por ejemplo, entre erigir (rico) y ser (pobre), entre detenerse (*sthavara*) y moverse (*jangama*), entre Dios y los seres humanos, entre sujeto y objeto, que lleva a la desaparición de todas las distinciones en la confluencia de los ríos: el estado de *Samadhi*.

2 Hay alrededor del mundo una serie de ejemplos de absolutistas que han asumido una perspectiva inflexiblemente estrecha de los temas relacionados con la etnicidad, la fe y las tradiciones. La afirmación de Bhargava (1990) de que «las personas que alegan tener derechos operan (deben hacerlo) dentro de una cultura de derechos» es una respuesta apta a los alegatos de exclusividad.

3 Ha habido un cambio perceptible en esta situación durante las últimas dos décadas. Diversas dislocaciones económicas, políticas y sociales han afectado las relaciones de producción en las comunicaciones tradicionales. Sin embargo, algunas de estas funciones siguen siendo visibles en las tradiciones folclóricas en diversas partes del subcontinente.

Bibliografía citada

Appadurai, A. (1986). "Theory in Anthropology: Centre and Periphery" en *Comparative Studies in Society and History*, Nº 28.

Appavoo, J. T. (1986). *Folk-Lore for Change*. Madurai, India, T. T. S. Publications.

Arden, J. (1971). "The Chhau Dancers of Puralia" en *The Drama Review*, 15 (2).

Arnason, J. (1991). "Modernity as Project and Field of Tension" en Honneth, A. y Joas, H. (eds.) *Communicative Action*. Cambridge, United Kingdom, Polity Press.

Ashley, W. (1979). "Teyyam Kettu of Northern Kerala" en *The Drama Review*, 23.

Bhabha, H. K. (1994). *The Location of Culture*. London/Newbury Park/New Delhi, Sage.

Bhargava, R. (1990). "The Right to Culture" en *Social Scientist*, 18.

García Canclini, N. (1993). *Transforming Modernity: Popular Culture in Mexico*. Austin, University of Texas Press.

Fernández, J. W. (1986). "The Argument of Images and the Experience of Returning to the Whole" en Turner, V. W. y Bruner, E. M. (eds.) *The Anthropology of Experience*. Urbana and Chicago, University of Illinois Press.

Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York, Basic Books.

Habermas, J. (1981). *The Theory of Communicative Action. Vol. I: Reason and the Rationalisation of Society*. London, Heinemann.

Jayakar, P. (1980). *The Earthen Drum*. New Delhi, National Museum.

Joseph, S. (1991). "Culture and Political Analysis in India" en *Social Scientist*, Vol. 19.

Martín Barbero, J. (1993). *Communication, Culture and Hegemony: From Media to Mediations*. London/Newbury Park/New Delhi, Sage.

Nandy, A. (1978). "Oppression and Human Liberation: Towards a Third World Utopia" en *Alternative*, 4 (2).

Nandy, A. (1992). *Traditions, Tyranny, and Utopias*. Delhi, OUR.

Niranjana, T.; Sudhir, P. y Dhareshwar, V. (eds.) (1993). *Interrogating Modernity: Culture and Colonialism in India*. Calcutta, Seagull.

O'Hanlon, R. (1989). "Cultures of Rule, Communities of Resistance: Gender, Discourse and Tradition in Recent South Asian Historiographies" en *Social Analysis*, 25.

Parekh, B. (1989). *Colonialism, Tradition and Reform: An Analysis of Gandhi's Political Discourse*. London/Newbury Park/New Delhi, Sage.

Rowe, W. y Schelling, V. (1991). *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America*. London and New York, Verso.

Said, E. (1978). *Orientalism*. New York, Penguin Books.

Schechner, H. and Hess, L. (1977). "The Ramlila of Ranmagar" en *The Drama Review*, 21 (3).

Turner, V. (1974). *Dramas, Fields and Metaphors: Symbolic Action in Human Society*. Ithaca/London, Cornell University Press.

Thomas, Pradip (1995). "Traditional Communication and Democratisation: Practical Considerations" en Lee, Philip (ed.) *Democratisation of Communication*. Cardiff, University of Wales Press. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

La modernidad anda suelta

Extracto de *Dimensiones culturales de la globalización*

Arjun Appadurai

quí y ahora

La modernidad pertenece a esa pequeña familia de teorías que tanto declara cuanto desea una aplicabilidad universal para sí misma. Lo nuevo de la modernidad (o de la idea de que su novedad es un nuevo tipo de novedad) es lo que se deriva de esta dualidad. Al margen de cualquier otra cosa que el proyecto de la Ilustración hubiese podido lograr, aspiraba a crear personas que, a posteriori, quisieran volverse modernas. Esta idea autosuficiente que se autojustifica a sí misma ha provocado muchas críticas y mucha resistencia, tanto en lo teórico como en la vida cotidiana.

En mi propia vida en Bombay, la vivencia de la modernidad fue de una notable sinestesia y, en gran medida, preteórica. Vi y olí la modernidad leyendo la revista *Life* y catálogos de universidades estadounidenses en la biblioteca del Servicio de Información de Estados Unidos, viendo películas hollywoodenses de última categoría (y a veces de primera) en el Cine Eros, a 450 metros de mi edificio. Le rogaba a mi hermano, que estudiaba en Stanford a comienzos de los años 50, que me trajera *blue jeans* y, cuando él regresaba, olía a Estados Unidos en su desodorante Right Guard. Fui gradualmente perdiendo la Inglaterra de la que antes me embebía con mis libros escolares victorianos, rumores de becarios de Rhodes de mi universidad y los libros

de Billy Bunter y Biggles devorados indiscriminadamente junto con los de Richmal Crompton y Enid Blyton. Franny y Zooey, Holden Caulfield y Rabbit Angstrom lentamente erosionaron esa parte de mí que, hasta entonces, había sido Inglaterra para siempre. Ésas son las pequeñas derrotas que explican cómo Inglaterra perdió el Imperio en el Bombay postcolonial.

No sabía entonces que estaba yendo a la deriva de un tipo de subjetividad poscolonial (dicción anglófona, fantasías de debates en Oxford Union, ojeadas al *Encounter* a vuelo de pájaro, un interés patricio en los estudios humanísticos) a otro: el más duro, más sexy más adictivo Nuevo Mundo de los reestrenos de Humphrey Bogart, Harold Robbins, la revista *Time*, la ciencia social, el estilo estadounidense. Para cuando me lancé a los placeres del cosmopolitismo en Elphinstone College (Bombay), estaba equipado con todo lo necesario: una educación anglófona, una orientación de clase alta de Bombay (aunque con ingresos familiares de clase media), conexiones sociales con los alumnos mayores de la universidad, un hermano famoso (ahora fallecido) como ex alumno, una hermana con hermosas amigas ya en la universidad. Pero el bicho estadounidense me había picado. Me encontré embarcado en la travesía que me llevaría a Brandeis University (en 1967, cuando los estudiantes eran una categoría étnica incómoda en Estados Unidos) y a la Universidad de Chicago. En 1970, todavía andaba a la deriva hacia una cita con las ciencias sociales estadounidenses, los estudios sectoriales y esa forma triunfante de la teoría de la modernización que todavía era una pieza segura del norteamericanismo en un mundo bipolar.

Lo que se presenta a continuación es un esfuerzo por dar sentido a una travesía que empezó con la modernidad como sensación encarnada en las películas vistas en Bombay y terminó cara a cara con la modernidad como teoría en mis cursos de ciencias sociales en la Universidad de Chicago a principios de los años 70. He tratado de presentar como temática ciertos hechos culturales y utilizarlos para abrir la relación entre la modernización como hecho y como teoría.[1] Esta reversión del proceso mediante el cual yo experimenté lo moderno podría explicar lo que, de otro modo, parecería una parcialidad disciplinaria arbitraria hacia lo cultural, sólo un sesgo profesional hacia lo antropológico.

El presente global

Todas las fuerzas sociales importantes tienen precursores, precedentes, análogos y fuentes en el pasado. Son estas genealogías profundas y múltiples las que han frustrado las aspiraciones de los modernizadores de sincronizar sus relojes históricos en sociedades muy diferentes. Este trabajo argumenta además en favor de una ruptura general, al tenor de las relaciones intersocietales de las últimas décadas. Esta visión de cambio —más aún, de ruptura— necesita ser explicada y distinguida de algunas teorías de transformación radical precedentes.

Uno de los legados más problemáticos de la gran ciencia social occidental (Auguste Comte, Karl Marx, Ferdinand Toennies, Max Weber y Émile Durkheim) es que ha reforzado constantemente el sentido de un momento único —llámese el momento moderno— que, con su aparición, crea una ruptura dramática y sin precedentes entre el pasado y el presente. Reencarnada como la ruptura entre la tradición y la modernidad, y tipificada como la diferencia entre las sociedades ostensiblemente tradicionales y las modernas, se ha demostrado repetidamente que esta visión distorsiona los significados del cambio y la política de lo pretérito. Sin embargo, el mundo en el que vivimos actualmente —en el que la modernidad definitivamente anda suelta, es irregularmente consciente de sí misma y se experimenta de modo disparejo— sin duda supone una ruptura general con todo tipo de pasados. ¿De qué clase de ruptura se trata, si no de aquella identificada por la teoría de la modernización?

Este trabajo lleva implícita una teoría de la ruptura que considera que los medios y la migración son sus

dos principales elementos diacríticos interconectados y explora su efecto conjunto en la obra de la imaginación como característica constitutiva de la subjetividad moderna. El primer paso en este argumento es que los medios electrónicos decididamente cambian el campo más amplio de los medios masivos y de otros medios tradicionales. Ésta no es una fetichización unicausal de lo electrónico. Dichos medios transforman el campo de la mediación masiva porque ofrecen nuevos recursos y nuevas disciplinas para la construcción de egos y mundos imaginados. Éste es un argumento relacional. Los medios electrónicos marcan y reconstituyen un campo mucho más amplio, en el que la mediación impresa y otros tipos de mediación oral, visual y auditiva podrían seguir siendo importantes. A través de efectos como las noticias comprimidas en *bytes* de audio-vídeo, de la tensión entre los espacios públicos del cine y los espacios más exclusivos del vídeo, de la inmediatez de su absorción en el discurso público y de su tendencia a ser asociados al glamour, lo cosmopolita y lo nuevo, los medios electrónicos (sean usados para noticias, política, vida familiar o entretenimiento) tienden a interrogar, subvertir y transformar otros conocimientos contextuales. A continuación, doy cuenta de algunas maneras en que los medios electrónicos transforman los mundos preexistentes de la comunicación y la conducta.

Tales medios dan un nuevo giro al entorno, donde lo moderno y lo global a menudo parecen ser los dos lados de una misma moneda. Siempre llevan el sentido de distancia entre el espectador y el evento, pero inducen a la transformación del discurso cotidiano. A la vez, son recursos para experimentar con la autocreación en todo tipo de sociedades y todo tipo de personas. Permiten que los bosquejos de vidas posibles se imbriquen con el glamour de las estrellas de cine y tramas de cine fantasiosas, y también que se unan a la plausibilidad de los noticiarios, documentales y otras formas en blanco y negro de telemediación, incluido el texto impreso. Debido a la enorme multiplicidad de las formas en que se presentan (cine, televisión, computadoras y teléfonos) y a la rapidez con que se mueven por las rutinas de la vida cotidiana, los medios electrónicos ofrecen recursos para la creación de una autoimagen como proyecto social cotidiano.

Igual que con la mediación sucede con el movimiento. La historia de las migraciones masivas (voluntarias o forzadas) no es nueva en la historia de la humanidad, pero cuando se yuxtapone a la rapidez del flujo de las imágenes, guiones y sensaciones transmitidas por los medios masivos, tenemos un nuevo orden de inestabilidad en la producción de subjetividades modernas. Cuando los trabajadores turcos en Alemania ven películas turcas en sus apartamentos alemanes, cuando los coreanos en Filadelfia ven los Juegos Olímpicos de 1988 en Seúl a través de transmisiones satelitales desde Corea y cuando los taxistas pakistaníes en Chicago escuchan casetes de sermones grabados en mezquitas en Pakistán o Irán, vemos imágenes en movimiento que van al encuentro de espectadores desterritorializados. Estos crean esferas públicas de diáspora, fenómenos que perturban las teorías que dependen de la continua prominencia del Estado-nación como árbitro clave de los cambios sociales importantes.

Para resumir, los medios electrónicos y la migración masiva marcan el mundo del presente, técnicamente no como fuerzas nuevas, sino como fuerzas que parecen impeler (y a veces inducir) la obra de la imaginación. Juntos, crean irregularidades específicas, porque tanto los espectadores como las imágenes están en circulación simultánea. Ni las imágenes ni los espectadores encajan en circuitos o públicos que se ciñen fácilmente a espacios locales, nacionales o regionales. Por supuesto, puede que muchos espectadores no migren y que muchos eventos transmitidos por los medios sean de un alcance decididamente local, tal como la televisión por cable en algunas zonas de Estados Unidos. Pero son pocas las películas, noticiarios o espectáculos televisados importantes que pueden evitar ser afectados por otros eventos que provienen de medios situados en puntos lejanos y es poca la gente en el

mundo que no tiene un amigo, pariente o compañero de trabajo que no esté viajando a otro lado o de regreso, portando historias y posibilidades. En este sentido, tanto las personas cuanto las imágenes a menudo se encuentran, impredeciblemente, fuera de las certidumbres del hogar y el "cordón sanitario" de los efectos de los medios locales y nacionales. Esta relación móvil e impredecible entre los eventos transmitidos por los medios masivos y los públicos migratorios define el núcleo del vínculo entre la globalización y lo moderno. Más adelante mostraré que la obra de la imaginación, vista en este contexto, no es puramente emancipadora ni completamente disciplinada, sino que es un espacio de controversia en el que individuos y grupos buscan incorporar lo global a sus propias prácticas de lo moderno.

La obra de la imaginación

Desde Durkheim y el trabajo del grupo *Annees Sociologiques*, los antropólogos han aprendido a considerar las representaciones colectivas como hechos sociales; es decir, que trascienden la volición individual, contrapesadas por la fuerza de la moralidad social y como realidades sociales objetivas. Lo que sugiero es que en las últimas décadas ha ocurrido un desplazamiento, que ha evolucionado a partir de los cambios tecnológicos del último siglo, en el cual la imaginación se ha convertido en un hecho colectivo y social. Esta evolución, a su vez, es la base de la pluralidad de los mundos imaginados.

A primera vista, parece absurdo sugerir que hay algo nuevo acerca del papel de la imaginación en el mundo contemporáneo. Después de todo, ya estamos acostumbrados a pensar que todas las sociedades han producido sus versiones del arte, el mito y la leyenda, expresiones que implicaron la evanescencia potencial de la vida cotidiana. En estas expresiones, todas las sociedades demostraron que podían trascender y realinear esa vida recurriendo a mitologías de diversos tipos en las que la vida social se deformaba imaginativamente. En los sueños, en última instancia, hasta en las sociedades más simples las personas han encontrado el espacio para refigurar sus vidas sociales, experimentar sensaciones y estados emocionales proscritos, y ver cosas que luego se han extendido a su sentido de la vida cotidiana. Más aún, en muchas sociedades todas estas expresiones han sido la base de un diálogo complejo entre la imaginación y el ritual, mediante el cual la fuerza de las normas sociales cotidianas se profundiza de alguna manera, a través de reversión, de la ironía o la intensidad escénica y el trabajo cooperativo que exigen muchos tipos de ritual. Todo esto constituye el conocimiento más sólido que nos ha legado lo mejor de la antropología canónica a lo largo del último siglo.

Al sugerir que la imaginación en el mundo poselectrónico desempeña un papel de nueva trascendencia, fundamento mi argumento con tres distinciones. En primer lugar, la imaginación ha escapado del espacio expresivo especial del arte, el mito y el ritual y se ha convertido en parte del trabajo mental cotidiano de la gente común y corriente en muchas sociedades. Ha ingresado a la lógica de la vida cotidiana de la cual había quedado efectiva y prácticamente excluida. Por supuesto, esto tiene precedentes en las grandes revoluciones, los "cultos al cargamento"[2] y los movimientos mesiánicos de otros tiempos, con líderes fuertes que implantaban sus visiones en la vida social, creando movimientos poderosos para el cambio social. Ahora, sin embargo, ya no se trata de individuos especialmente dotados (carismáticos) que inyectan la imaginación adonde no pertenece. La gente común y corriente ha comenzado a desplegar su imaginación en el ejercicio de su vida cotidiana. Este hecho se ve ilustrado en la contextualización mutua de la moción y la mediación.

Ahora como nunca son más los que rutinariamente imaginan la posibilidad de que ellos o sus hijos vivirán y trabajarán en lugares distintos de aquellos donde nacieron: ésa es la fuente de los crecientes índices de migración en todos los niveles de la vida social, nacional y mundial. Otros se ven arrastrados

a entornos nuevos, como nos recuerdan los campamentos de refugiados de Tailandia, Etiopía, Tamil Nadu y Palestina. Deben moverse y arrastrar con ellos su imaginación respecto de nuevas maneras de vivir. Y luego están quienes se desplazan en busca de trabajo, riqueza y oportunidades, a menudo porque las circunstancias en que viven son intolerables. Transformando ligeramente y ampliando los importantes términos de Albert Hirschman de *lealtad* y *salida*, podemos hablar de diásporas de esperanza, diásporas de terror y diásporas de desesperación. Pero en todos los casos, estas diásporas introducen la fuerza de la imaginación —como memoria y como deseo— en la vida del común de las gentes, en mitografías distintas de las disciplinas clásicas del mito y el ritual. La diferencia clave radica en que estas nuevas mitografías son los referentes de nuevos proyectos sociales, y no solo un contrapunto a las certidumbres de la vida cotidiana. Transforman la fuerza glacial del *habitus* en el ritmo acelerado de la improvisación entre grandes grupos de personas. Aquí es donde las imágenes, guiones, modelos y narrativas que transmiten los medios masivos (en sus formas realistas y de ficción) marcan la diferencia entre la migración de hoy y la del pasado. Quienes desean moverse, quienes se han movido, quienes desean regresar y quienes deciden quedarse rara vez formulan sus planes fuera de la esfera de la radio y la televisión, casetes y vídeos, periódicos y teléfonos. Para los emigrantes, tanto la adaptación a nuevos entornos como el estímulo para moverse o regresar se ven profundamente afectados por un imaginario transmitido por los medios, que frecuentemente trasciende el espacio nacional.

La segunda distinción ocurre entre la imaginación y la fantasía. Existe un extenso y respetable acervo de publicaciones, particularmente de los críticos de la cultura de masas de la Escuela de Frankfurt, así como en la obra de Max Weber, que percibe que el mundo moderno está creciendo en una jaula de hierro y predice que la imaginación quedará paralizada por las fuerzas del consumo masivo, el capitalismo industrial y la regimentación y secularización generalizada del mundo. Los teóricos de la modernización de las últimas tres décadas (desde Weber, pasando por Talcott Parsons y Edward Shils, hasta Daniel Lerner, Alex Inkeles y muchos otros) aceptaban en gran medida la visión del mundo moderno como un espacio de religiosidad cada vez menor (y mayor cientificismo), menos juego (y mayor ocio regimentado) y espontaneidad inhibida en todos los niveles. Esta visión tiene muchas hebras que enlazan a teóricos tan diferentes como Norbert Elias y Robert Bell, pero se equivoca en algo fundamental. El error opera en dos niveles. Primero, se basa en un réquiem prematuro por la muerte de la religión y en la victoria de la ciencia. Existen pruebas fehacientes en las nuevas religiosidades de todo tipo, de que la religión no sólo no está muerta, sino que puede que sea más significativa que nunca en la política global altamente móvil e interconectada de hoy. En otro nivel, es incorrecto asumir que los medios electrónicos son el opio de las masas. Esta perspectiva, que recién se empieza a corregir, se basa en la idea de que las artes mecánicas de la reproducción reemplazaron en gran parte a la gente en el trabajo industrial. Eso es demasiado simplista.

Existen cada vez más pruebas de que el consumo de los medios masivos a menudo provoca en todo el mundo resistencia, ironía, selectividad y, en general, iniciativa propia. Terroristas que usan figuras tipo Rambo como modelo (y que a su vez han generado una multitud de contrapartes no occidentales); amas de casa que leen novelas románticas y ven telenovelas como parte de sus esfuerzos por construir su propia vida; reuniones familiares musulmanas en las que se escuchan los discursos de líderes islámicos en casetes; empleados domésticos en el sur de India que se van de viaje en paquetes turísticos a Kashmir: todos estos son ejemplos de la manera activa en que gente de todo el mundo se apropia de los medios. Camisetas, carteles y *graffiti*, así como la música *rap*, el *street-dancing* en las barriadas marginales son rápidamente trasladados a los repertorios locales de ironía, ira, humor y resistencia.

No se trata solamente de pobladores del Tercer Mundo que reaccionan ante los medios estadounidenses, sino también y por igual de personas que en todo el mundo reaccionan ante sus propios medios electrónicos nacionales. Estas pruebas por sí solas ya determinan que hay que ver con más escepticismo la teoría de los medios como el opio del pueblo. Esto no sugiere que los consumidores sean agentes *libres*, felices en un mundo de centros comerciales seguros, de vida regalada y soluciones fáciles. Como sugiero a continuación, el consumo en el mundo contemporáneo es a menudo una forma de carga rutinaria, parte del proceso civilizador capitalista. No obstante, donde hay consumo hay placer, y donde hay placer hay iniciativa propia. La libertad, por otro lado, es una mercancía bastante más elusiva.

Más aún, la idea de fantasía implica la connotación ineludible de pensamiento divorciado de proyectos y acciones, y también tiene una resonancia privada, incluso individualista. La imaginación, por otro lado, tiene un sentido de proyección, el sentido de ser un preludio de algún tipo de expresión, sea estético o de otra naturaleza. La fantasía se puede disipar (porque su lógica es tan a menudo autotélica), pero la imaginación, especialmente cuando es colectiva, puede convertirse en combustible para la acción. Es la imaginación, en sus formas colectivas, la que crea ideas de vecindario y nación, de economías morales y gobierno injusto, de sueldos más altos y posibilidades de trabajo en el extranjero. La imaginación es hoy un espacio propicio para la acción, y no sólo para el escape. La tercera distinción se da entre el sentido individual y el sentido colectivo de la imaginación. Es importante subrayar que ahora me refiero a la imaginación como una propiedad de colectivos y no sólo como una facultad del individuo dotado (su sentido tácito desde el florecimiento del Romanticismo europeo). Parte de lo que los medios masivos hacen posible, debido a las condiciones de lectura, crítica y placer colectivos, es lo que he llamado en otras instancias una «comunidad de sentimiento» (Appadurai 1990), un grupo que empieza a imaginar y sentir cosas conjuntamente. Tal como ha mostrado tan bien Benedict Anderson (1983), el capitalismo de los medios impresos puede ser una vía importante para que grupos que nunca han tenido un contacto cara a cara empiecen a concebirse a sí mismos como indonesios o indios o malayos. Pero otras formas de capitalismo de los medios electrónicos pueden tener efectos similares e incluso más poderosos, porque no funcionan sólo a nivel del Estado-nación. Las vivencias colectivas de los medios de masas, especialmente el cine y el vídeo, pueden crear hermandades de culto y carisma, como las que se produjeron regionalmente alrededor de la deidad femenina india Santoshi Ma en las décadas de 1970 y 1980 y, transnacionalmente, alrededor del Ayatollah Khomeini aproximadamente en la misma época. Pueden producirse hermandades similares alrededor del deporte y el internacionalismo, tal como lo demuestran claramente los efectos transnacionales de los Juegos Olímpicos. Las vecindades y edificios albergan clubes de vídeo en lugares como Katmandú y Bombay. Clubes de fans y seguidores políticos emergen de las culturas mediáticas de las aldeas, como en el sur de la India.

Estas hermandades se asemejan a lo que Diana Crane (1972) ha llamado «universidades invisibles», remitiéndose al mundo de la ciencia, pero son más volátiles, menos profesionalizadas, menos sujetas a los criterios de placer, gusto o importancia mutua compartidos colectivamente. Son comunidades en sí mismas, pero siempre comunidades potencialmente capaces de pasar de la imaginación compartida a la acción colectiva. Más importante aún, estas hermandades son a menudo transnacionales, incluso posnacionales, y frecuentemente operan fuera de las fronteras nacionales. Determinadas por los medios masivos, presentan una complejidad adicional: en ellas, diversas vivencias locales de gustos, placeres y política pueden entrelazarse, creando la posibilidad de converger en acciones sociales translocales que, de otro modo, serían difíciles de imaginar.

Ningún episodio captura estas realidades mejor que el caso, ahora petrificante, de Salman Rushdie,

que involucró un libro prohibido, una sentencia de muerte por mandato religioso y un autor comprometido con la libertad personal de expresión y estética. Su obra *Los versos satánicos* indujo a musulmanes (y otros) en todo el mundo a debatir la política de la lectura, la trascendencia cultural de la censura, la dignidad de la religión y la libertad de algunos grupos de juzgar a los autores sin un conocimiento independiente del texto. El caso Rushdie trata sobre un texto en movimiento cuya trayectoria como bien de consumo masivo lo llevó fuera del refugio seguro de las normas occidentales sobre la libertad artística y los derechos estéticos, al espacio de la ira religiosa y la autoridad de eruditos religiosos en sus propias esferas transnacionales. Aquí, los mundos transnacionales de la estética liberal y el Islam radical chocaron de frente en los contextos muy distintos de Bradford y Karachi, de Nueva York y Nueva Delhi. En este episodio también podemos ver cómo los procesos globales que abarcan textos en movimiento y audiencias de migrantes crean acontecimientos implosivos que reducen las presiones mundiales a escenarios pequeños, ya politizados, y producen localismo en formas nuevas y globalizadas.

Esta teoría de ruptura, con su fuerte énfasis en los medios electrónicos y la migración masiva, es necesariamente una teoría del pasado reciente (o del presente extendido), porque es sólo en las últimas dos décadas que los medios y la migración se han vuelto tan masivamente globalizados —es decir activos— a lo largo de terrenos transnacionales extensos e irregulares. ¿Por qué considero que esta teoría es más que una actualización de las teorías sociales más antiguas de las rupturas de la modernización? En primer lugar, la mía no es una teoría teleológica, con una receta para cómo la modernización va a producir universalmente racionalidad, puntualidad, democracia, libre mercado y un producto nacional bruto más elevado. En segundo lugar, el eje de mi teoría no es un proyecto de ingeniería social de gran escala (organizado por Estados, organismos internacionales u otras elites tecnócratas), sino la práctica cultural cotidiana a través de la cual se transforma la obra de la imaginación. En tercer lugar, mi planteamiento deja completamente abierta la respuesta a la pregunta de sobre adónde los experimentos con la modernidad, que los medios electrónicos posibilitan, conducirán en cuanto a nacionalismo, violencia y justicia social. Dicho de otro modo, soy más profundamente ambivalente respecto de la prognosis que cualquier variante de la teoría de modernización clásica que yo conozca. En cuarto lugar, y más importante aún, mi enfoque de la ruptura causada por la fuerza conjunta de los medios electrónicos y la migración masiva es explícitamente transnacional, incluso posnacional. Como tal, se aleja drásticamente de la arquitectura de la teoría clásica de la modernización, que se podría llamar fundamentalmente realista, en tanto supone la prominencia, tanto metodológica como ética, del Estado-nación.

No podemos simplificar las cosas imaginando que lo global es al espacio lo que lo moderno al tiempo. Para muchas sociedades, la modernidad es un "otro lugar", así como lo global es una ola temporal que se debe afrontar en su presente. La globalización ha reducido la distancia entre las elites, cambiado las relaciones clave entre productores y consumidores, roto muchos vínculos entre el trabajo y la vida familiar, difuminado las líneas entre localidades temporales y adhesiones nacionales imaginarias. La modernidad parece ahora más práctica y menos pedagógica, más vivencial y menos disciplinaria que en las décadas de 1950 y 1960, en las que especialmente quienes estaban fuera de la elite nacional experimentaban a través de los aparatos de propaganda de los recién independizados Estados-nación y sus grandes líderes, como Jawaharlal Nehru, Gamal Abdel Nasser, Kwame Nkrumah y Sukarno. En muchos países, la megarretórica de la modernización por medio del desarrollo (crecimiento económico, alta tecnología, agroindustria, educación y militarización) todavía subsiste, pero se ve intercalada, interrogada y domesticada por las *micronarrativas* del cine, la televisión, la música y otras formas de expresión que permiten que la modernidad se reescriba más como una globalización del lenguaje y menos como una

concesión a las políticas nacionales e internacionales a gran escala. Tal como he sugerido, quienes (como yo) nacieron en las clases gobernantes de las naciones nuevas en las décadas de 1950 y 1960 experimentaron algo de esta cualidad vivencial, pero para muchos de la clase trabajadora y para los pobres, este encuentro vivencial con la modernidad es un hecho relativamente reciente.

Estas *micronarrativas* subversivas también alimentan movimientos de oposición, desde Sendero Luminoso en el Perú hasta Hábitat para la Humanidad, desde los movimientos verdes en Europa hasta el nacionalismo Tamil en Sri Lanka, desde los grupos islámicos en Egipto hasta las guerrillas nacionalistas independentistas en Chechenia. En estos movimientos, algunos de los cuales son represivos y violentos mientras otros son democráticos y pacíficos, podemos ver que los medios electrónicos y la movilización transnacional han deshecho el monopolio que los Estados-nación autónomos tenían del proyecto de modernización. La transformación de las subjetividades cotidianas a través de los medios electrónicos y la obra de la imaginación no es sólo un hecho cultural. Está profundamente conectada a la política a través de las nuevas maneras en que las adhesiones, intereses y aspiraciones individuales se entrecruzan cada vez más con los del Estado-nación.

Las esferas públicas de la diáspora que dichos encuentros generan ya no son pequeñas, marginales o excepcionales. Forman parte de la dinámica cultural de la vida urbana en la mayoría de los países y continentes, donde la migración y los medios masivos constituyen conjuntamente un nuevo sentido de lo global como moderno y lo moderno como global. La película *Mississippi Masala* de Mira Nair, por ejemplo, es un relato épico de diáspora y raza por partida doble, ya que explora cómo los indios transformados y desplazados por las relaciones raciales en Uganda afrontan las intrincaciones raciales en el sur de los Estados Unidos, sin abandonar en ningún momento su sentido de *indianidad* en movimiento. El hecho de que migrantes de la India y Pakistán vean partidos de *cricket* entre estos dos países en los estados del Golfo de México refleja las peculiaridades del nacionalismo de diáspora en la política emergente en el Océano Índico. Las intensas batallas respecto del idioma inglés y de los derechos de los inmigrantes que se caldean ahora (otra vez) en Estados Unidos no son sólo una variante más de la política del pluralismo; tienen que ver con la capacidad de las políticas estadounidenses de contener las políticas de la diáspora de mexicanos en el sur de California, de haitianos en Miami, colombianos en Nueva York y coreanos en Los Ángeles. De hecho, tal como propondré en mis observaciones finales, es el surgimiento generalizado de diversos tipos de esferas públicas de la diáspora lo que constituye el distintivo diacrítico de lo moderno global.

Hasta aquí lo global actual. He escrito a partir del encuentro entre mi crianza anglófona de posguerra y mi experiencia con la historia de la modernización de las ciencias sociales estadounidenses como la teoría de lo verdadero, lo bueno y lo inevitable. También lo he hecho desde una perspectiva profesional moldeada sustancialmente por dos ramas de investigación estadounidenses en las que obtuve lo más sustantivo de mi formación y en las que he pasado gran parte de mi vida como académico: la antropología y los estudios interdisciplinarios sectoriales. Aunque este texto proviene de un libro sobre la globalización, marcado y limitado por las contiendas de las últimas dos décadas en estas dos formaciones académicas estadounidenses. Por lo tanto, sus ansiedades epistemológicas son decididamente locales, aunque la localidad ya no es lo que solía ser.

El ojo de la antropología

La antropología es mi archivo de actualidades vividas, encontradas en todo tipo de etnografías sobre pueblos con vidas muy distintas de las mías, hoy y en el pasado [...]. No es porque sea inherentemente mejor que cualquier otro archivo disciplinario. Más aún, las críticas a este archivo han sido mordaces e incansables en los últimos quince años, pero es el que mejor sé leer. Como archivo, también tiene la ventaja de recordarle a uno que cada similitud esconde más de una diferencia, y que las similitudes y diferencias se ocultan unas a otras indefinidamente, de modo que la última tortuga es siempre una cuestión de conveniencia o resistencia metodológicas. Este archivo y la sensibilidad que produce en el antropólogo profesional me predisponen fuertemente hacia la idea de que la globalización no es la historia de la homogeneización cultural. Me gustaría que el lector se quedara por lo menos con esto. Pero la antropología trae consigo una tendencia profesional a privilegiar lo cultural como elemento diacrítico clave en muchas prácticas (que para otros podría parecer simplemente humano, o tonto, o calculador, o patriótico, o alguna otra cosa). Puesto que aduzco tratar sobre las dimensiones culturales de la globalización, permítanme explicar las fuerzas especiales que este adjetivo ejerce en el uso que yo le doy.

Frecuentemente me perturba el uso de la palabra cultura como sustantivo, pero me siento fundamentalmente vinculado a la forma adjetival de la palabra: cultural. Cuando reflexiono sobre la razón, me doy cuenta de que gran parte del problema con la forma sustantiva tiene que ver con su implicancia de que la cultura es algún tipo de objeto, cosa o sustancia, sea física o metafísica. Esta sustantivación parece devolver a la cultura al espacio discursivo de la raza, precisamente a la idea que originalmente estaba llamada a combatir. Al implicar una sustancia mental, el sustantivo cultura parece privilegiar el tipo de intercambios, acuerdos y restricciones que atraviesan el conocimiento desigual y el prestigio diferencial de los estilos de vida, así como desalentar la atención a la cosmovisión e iniciativa propia de los marginados o dominados. Vista como sustancia física, la cultura empieza a incorporar una variedad de biologismos, incluido el de la raza, que ciertamente hemos dejado atrás como categorías científicas. El término *superorgánico* de Alfred Kroeber captura convenientemente ambos lados de este substancialismo, algo que no me simpatiza. Los esfuerzos de las últimas décadas, particularmente de la antropología estadounidense, por escapar a esta trampa y ver la cultura principalmente como forma lingüística (entendida en los términos estructuralistas de Saussure), sólo evitan parcialmente los peligros de dicho substancialismo.

Si la cultura como sustantivo parece connotar asociaciones con algún tipo de sustancia de maneras que parecen ocultar más que revelar, el adjetivo cultural nos mueve a una esfera más útil de diferencias, contrastes y comparaciones. Este sentido adjetival de la cultura, que se funda en el núcleo sensible al contexto y centrado en los contrastes de la lingüística saussuriana, me parece que es una de las virtudes del estructuralismo que hemos tendido a olvidar en nuestro apuro por atacarlo debido a sus asociaciones ahistóricas, formales, binarias, mentalistas y textualistas.

La característica más valiosa del concepto de cultura es el concepto de diferencia, una propiedad contrastiva más que sustantiva de ciertas cosas. Aunque el término diferencia ahora ha asumido un conjunto extenso de asociaciones (principalmente por el uso especial del término de Jacques Derrida y sus seguidores), su principal virtud es que la de ser una heurística útil que puede resaltar los puntos de similitud y contraste entre todo tipo de categorías: clases, géneros, papeles, grupos y naciones. Por lo tanto, cuando señalamos que una práctica, una distinción, un concepto, un objeto o una ideología tiene una dimensión cultural (nótese el uso adjetival), subrayamos la idea de diferencia situada, es decir, una diferencia en relación con algo local, encarnado y significativo. Este punto se puede resumir de la manera siguiente: no es útil considerar a la cultura como sustancia; es mejor considerarla como una dimensión de los fenómenos, una dimensión que da cuenta de las diferencias situadas y encarnadas. Subrayar la dimensionalidad de la cultura en lugar de su substancialidad nos permite concebir la cultura menos como una propiedad de individuos y grupos y más como una herramienta heurística que podemos usar para hablar sobre la diferencia.

Pero existen muchos tipos de diferencias en el mundo, y sólo algunas de ellas son culturales. Aquí presento un segundo componente de mi propuesta sobre la forma adjetival de la palabra cultura. Sugiero que consideremos como culturales sólo aquellas diferencias que expresan o sientan las bases para la movilización de identidades grupales. Esta calificación ofrece un principio crudo de selección que nos concentra en una variedad de diferencias relacionadas con la identidad grupal, dentro y fuera de cualquier grupo social dado. Al poner la movilización de las identidades grupales en el meollo del adjetivo cultural, en realidad he hecho algo que parecería, a primera vista, una retrogresión, ya que estaría acercando la palabra cultura peligrosamente a la idea de etnicidad. Y eso me pone en nuevos problemas que necesitan desenmarañarse.

Antes de tratar de desenmarañar, lo cual me permitirá desplazarme hacia la idea de culturalismo, permítanme hacer un repaso. Al resistir las ideas de cultura que nos tientan a pensar en grupos sociales reales como culturas, también he resistido la forma sustantiva de cultura y sugerido un enfoque adjetival de la cultura que resalta sus dimensiones contextuales, heurísticas y comparativas, y nos orienta hacia la idea de cultura como diferencia, especialmente en la esfera de la identidad grupal. Por lo tanto, he sugerido que cultura es una dimensión ubicua del discurso humano que explota las diferencias para generar conceptos diversos de la identidad grupal.

Habiéndome acercado tanto a la idea de etnicidad —la idea de una identidad grupal naturalizada—, es importante aclarar la relación entre cultura e identidad grupal que yo pretendo articular. La cultura, sin denotación alguna, puede seguir usándose para referirse a la plétora de diferencias que caracterizan al mundo de hoy, diferencias a diversos niveles, con diversas valencias y con mayores o menores grados de relevancia social. Sin embargo, yo propongo que restrinjamos el término cultura a un término que denota un subconjunto de estas diferencias, movilizado para articular el límite de una diferencia. Como preservadora de límites, la cultura se convierte en un asunto de identidad grupal, constituida por algunas diferencias con las otras.

Pero, ¿no es ésta una manera de simplemente equiparar etnicidad y cultura? Sí y no. Sí, porque, en este uso, cultura no resaltaría sólo la posesión de ciertos atributos (materiales, lingüísticos o territoriales), sino la conciencia de estos atributos y su naturalización como esenciales para la identidad grupal. Es decir, en lugar de caer en la trampa del supuesto, por lo menos tan antiguo como Weber, de que la etnicidad radica en alguna especie de extensión de la idea primordial de parentesco (que, a su vez, es biológico y genealógico), la idea de etnicidad que yo propongo asume que su núcleo es la construcción y movilización consciente e imaginativa de las diferencias. La Cultura 1, que constituye un archivo prácticamente irrestricto de diferencias, se moldea conscientemente en la Cultura 2, ese subconjunto de estas diferencias que constituye lo distintivo de la identidad grupal.

Pero este proceso de movilizar ciertas diferencias y vincularlas a la identidad grupal también difiere de la etnicidad —por lo menos tal como se la entendía en el pasado—, porque no depende de la extensión de sentimientos primordiales a unidades cada vez más grandes en una suerte de proceso unidireccional, ni tampoco comete el error de suponer que las unidades sociales más grandes simplemente se nutren de los sentimientos de familia y parentesco para impartir fuerza emotiva a las identidades grupales de gran escala. Por lo tanto, intento demostrar que, lejos de recurrir al repertorio existente de emociones y moverlas a una arena más grande, el *cricket* indio es una forma a gran escala que se inscribe en un cuerpo de prácticas de escala cada vez más pequeña. Esta lógica es justamente el reverso de la idea primordialista (o extensionista) antigua de la identidad étnica.

La idea de que la cultura implica la organización naturalizada de ciertas diferencias en interés de la

identidad grupal, a través y en el proceso histórico, y a través y en las tensiones entre agentes y estructuras, se acerca más a lo que se ha llamado el concepto instrumental de la etnicidad, en oposición al concepto primordial. Tengo dos observaciones respecto de esta convergencia, que conducen a mi discusión sobre el culturalismo. Una es que los fines para los que los conceptos instrumentales de la identidad étnica se forman pueden en sí mismos ser respuestas contraestructurales a las valorizaciones existentes de las diferencias: por lo tanto, pueden ser racionales-valorativas antes que racionales-instrumentales, en el sentido usado por Weber. Pueden tener una instrumentalidad puramente orientada a la identidad, en lugar de una instrumentalidad que, como se implica tan a menudo, es extracultural (económica o política o emocional). Por decirlo de otro modo, la movilización de las denotaciones de las diferencias grupales puede formar en sí misma parte de una objeción a los valores respecto de la diferencia, en contraste con las consecuencias de las diferencias de riqueza, seguridad o poder. Mi segunda reserva acerca de la mayoría de las definiciones instrumentales es que no explican el proceso mediante el cual ciertos criterios de diferencia, movilizados para la identidad grupal (a su vez instrumentales para otras metas), se (re)inscriben en los cuerpos de los sujetos, experimentándose tanto de manera natural como profundamente incendiaria a la vez.

Ya hemos avanzado un paso más: de cultura como sustancia a cultura como dimensión de la diferencia; de cultura como identidad grupal basada en la diferencia, a cultura como el proceso de naturalizar un subconjunto de diferencias que se han movilizado para articular la identidad grupal. Hemos llegado al punto en que nos encontramos en condiciones de pasar al asunto del culturalismo.

Rara vez encontramos la palabra *culturalismo* por sí sola: generalmente se acopla como sustantivo a ciertos prefijos como bi-, multi- e inter-, por nombrar los más prominentes. Pero podría ser útil empezar a usar el término culturalismo para designar una característica de los movimientos que involucran identidades conscientemente. Estos movimientos, en Estados Unidos o en cualquier otro lugar, generalmente se dirigen a los Estados-nación modernos, que distribuyen diversos derechos, que a veces incluyen derechos de vida y muerte, de acuerdo a clasificaciones y políticas respecto de la identidad grupal. En todo el mundo, ante las actividades de Estados ocupados en circunscribir sus diversidades étnicas a conjuntos fijos y cerrados de categorías culturales a las que se asignan individuos a menudo por la fuerza, muchos grupos se están movilizando conscientemente según criterios de identidad. El culturalismo, dicho simplemente, es la política de la identidad movilizada a nivel del Estado-nación.

Es en este tipo de culturalismo en el que me concentro principalmente y presento una crítica fundamentada de la visión primordialista de la violencia étnica de la última década. Lo que parece ser un renacimiento mundial de los nacionalismos y separatismos étnicos, no es realmente lo que tanto periodistas como expertos llaman con demasiada frecuencia "tribalismo", con las connotaciones de historias antiguas, rivalidades locales y odios arraigados. Más bien, la violencia étnica que vemos en muchos lugares forma parte de una transformación más amplia sugerida por el término culturalismo. El culturalismo, como ya he sugerido, es la movilización consciente de las diferencias culturales al servicio de una política nacional o transnacional más amplia. Con frecuencia se le asocia a historias y memorias extraterritoriales, a veces con la situación de refugiado o exiliado, y casi siempre con luchas por un mayor reconocimiento de parte de los Estados-nación existentes o de diversas entidades transnacionales.

Los movimientos culturalistas (porque casi siempre son esfuerzos de movilización) son la forma más general de la obra de la imaginación y recurren frecuentemente a la posibilidad o al hecho migratorio o secesionista. Lo más importante es que son

conscientes de su propia identidad, cultura y patrimonio, todo lo cual tiende a formar parte del vocabulario intencional de los movimientos culturalistas en su lucha con los Estados y otros enfoques y agrupaciones culturalistas. Es esta movilización intencional, estratégica y populista de material cultural la que justifica llamar culturalistas a dichos movimientos, aunque presenten muchas variaciones. Los movimientos culturalistas —estén integrados por afroamericanos en Estados Unidos, pakistaníes en Gran Bretaña, argelinos en Francia, hawaianos nativos, sikhs o francófonos en Canadá— tienden a ser contranacionales y metaculturales. En el sentido más amplio, el culturalismo es la forma que las diferencias culturales tienden a tomar en la era de los medios masivos, la migración y la globalización.

Cómo se estudian las regiones

El énfasis antropológico en lo cultural, que es la inflexión principal que deseo dar al debate sobre la globalización, en mi caso se ve adicionalmente sustentado en mi formación y práctica como académico en el área de los estudios sectoriales, específicamente de los estudios del sudeste asiático en Estados Unidos, donde todavía no se ha hecho un análisis crítico sostenido del vínculo entre el surgimiento, en la época de entreguerras, de la idea de áreas culturales en la antropología, y la formación plenamente desarrollada después de la Segunda Guerra Mundial de los estudios sectoriales como la principal manera de estudiar las zonas estratégicamente importantes del mundo en desarrollo. No obstante, queda poca duda de que ambas perspectivas lo inclinan a uno hacia un cierto tipo de mapa en el que los grupos y sus formas de vida están demarcados por diferencias de cultura y, en la formación de los estudios sectoriales, estas diferencias se introducen en una topografía de diferencias culturales nacionales. Por lo tanto, las divisiones geográficas, las diferencias culturales y las fronteras nacionales propendieron a volverse isomorfas, y se desarrolló una fuerte tendencia a refractar los procesos mundiales a través de este tipo de mapa nacional-cultural del mundo. Los estudios sectoriales suman a este imaginario espacial un sentido fuerte, aunque a veces tácito, de la importancia de la información adquirida desde esta perspectiva. Éste es el motivo de los vínculos, señalados a menudo, entre el financiamiento gubernamental durante la Guerra Fría y la expansión universitaria en la organización de centros de estudios sectoriales después de la Segunda Guerra Mundial. No obstante, estos estudios han proporcionado un contrapunto importante frente a los delirios de la visión "de ningún lugar" que suscribe buena parte de la ciencia social canónica. Este aspecto de mi formación fue el que me llevó a situar mi genealogía del presente global en la región que mejor conozco: la India.

Una ansiedad particular rodea actualmente las estructuras e ideologías de los estudios sectoriales en Estados Unidos. Habiendo reconocido que están de alguna manera vinculados profundamente con un panorama mundial visto en función de una planificación estratégica, —visión impulsada por la política exterior de Estados Unidos entre 1945 y 1989—, figuras importantes del mundo de las universidades, fundaciones, centros de estudio e incluso el gobierno han dejado en claro que la antigua manera de abordar los estudios sectoriales no tiene sentido en el mundo después de 1989. Es así que los críticos de izquierda de estos estudios, en quienes el trabajo de Edgard Said sobre el orientalismo ha tenido mucha influencia, se han unido a los defensores del libre mercado y la liberalización, mostrándose impacientes con lo que califican despreciativamente como la estrechez y fetiche histórico de los expertos en estudios sectoriales. Se critica de manera generalizada a los especialistas en estudios regionales acusándolos de ser obstáculos para estudios más abarcadores, que incluirían desde la comparación y la contemporaneidad hasta la sociedad civil y los libres mercados. Por supuesto, ninguna crítica tan general y tan repentina podría ser completamente justa, y la extraña mezcla de sus críticos sugiere que los estudios académicos sectoriales podrían ser los chivos expiatorios del fracaso a gran escala de la academia estadounidense de ofrecer un panorama más amplio y vaticinador del mundo después de 1989.

La tradición de los estudios sectoriales es una espada de doble filo. En una sociedad notoriamente consagrada al excepcionalismo y a la interminable preocupación por "América", esta tradición ha sido un refugio minúsculo para el estudio serio de idiomas extranjeros, cosmovisiones alternativas y perspectivas a gran escala sobre el cambio sociocultural fuera de Europa y Estados Unidos. Afligidos por una cierta tendencia a la filología (en el sentido lexicológico estrecho) y una cierta identificación excesiva con las regiones de su especialización, los estudios sectoriales son, no obstante, uno de los pocos contrapesos serios a la tendencia incansable de la academia estadounidense y, de manera más general, de la sociedad estadounidense, a marginar a zonas enormes del mundo. Pero la tradición de los estudios sectoriales probablemente se ha vuelto demasiado cómoda con sus propios mapas del mundo, demasiado segura en las prácticas de sus propios expertos, y demasiado insensible a los procesos transnacionales de hoy y del pasado. De modo que la crítica y la reforma sin duda son necesarias, pero ¿cómo pueden los estudios sectoriales ayudar a mejorar la forma en que se generan perspectivas mundiales en Estados Unidos?

Desde la visión propugnada aquí, los estudios sectoriales son un recordatorio constructivo de que la globalización es en sí misma un proceso profundamente histórico, disparejo e incluso *localizador*. La globalización no implica necesariamente y ni siquiera frecuentemente una homogeneización o americanización, y en la medida en que las distintas sociedades se apropian de los materiales de la modernidad de distinta manera, queda amplio espacio para el estudio profundo de geografías, historias e idiomas específicos. La relación entre historia y genealogía es imposible de analizar sin un sentido fuerte de las actualidades de *longue durée*, que siempre producen geografías específicas, tanto reales como imaginadas.

Si la genealogía de las formas culturales trata sobre su circulación entre regiones, la historia de estas formas lo hace sobre su adaptación continua a las prácticas locales. La interacción misma entre las formas históricas y genealógicas es dispareja, diversa y contingente. En este sentido, la historia, la implacable disciplina del contexto (usando la pintoresca frase de E. P. Thompson), es todo. Pero este reconocimiento no es una garantía de localismo automático del tipo a veces asociado a los estudios sectoriales. En todo caso, estos son una técnica occidental específica de investigación y difícilmente pueden pretender ser un simple espejo del *otro* civilizatorio. Lo que sí se debe reconocer, para revitalizar la tradición de los estudios sectoriales, es que la localidad misma es un producto histórico y que las historias a través de las cuales surgen las localidades están sujetas, tarde o temprano, a la dinámica de lo global [...].

Todo libro sobre la globalización es un ejercicio moderado de megalomanía, especialmente cuando se produce en las circunstancias relativamente privilegiadas de la investigación académica estadounidense. Parece importante identificar las formas de conocimiento a través de las cuales cualquier megalomanía de este tipo se llega a articular. En mi caso, estas formas —la antropología y los estudios sectoriales— me predisponen por hábito a fijar las prácticas, espacios y países en un mapa de diferencias estáticas. Esto es, contrario a lo que dictaría la intuición, a partir de una preocupación por la diáspora, la desterritorialización y la irregularidad de los vínculos entre naciones, ideologías y movimientos sociales.

Las ciencias sociales después del patriotismo

La última parte del aquí y ahora es un hecho del mundo moderno que ha captado la atención de algunos de los mejores pensadores contemporáneos en las ciencias sociales y humanas: es el tema del Estado-nación, su historia, su crisis actual, sus perspectivas. Tras seis años de haberlo abordado, he llegado a

la convicción de que el Estado-nación, en su forma política moderna compleja, está en sus últimas etapas. Las pruebas no son claras en absoluto, y todavía falta mucho antes de ver los resultados finales. Soy consciente de que no todos los Estados-nación son iguales en cuanto al imaginario nacional, los aparatos del Estado o la solidez del guión que los separa. Pero existe alguna justificación para lo que podría a veces parecer una visión materializada del Estado-nación. Los Estados-nación, a pesar de todas sus diferencias importantes (y sólo un tonto equipararía a Sri Lanka con Gran Bretaña), tienen sentido sólo como partes de un sistema. Este sistema (incluso cuando se considera un sistema de diferencias) parece mal equipado para afrontar las diásporas entrelazadas de personas e imágenes que marcan el aquí y ahora. No es probable que los Estados-nación, como unidades en un complejo sistema interactivo, sean los árbitros en el largo plazo de la relación entre globalidad y modernidad. Por eso, en el título de este texto, doy a entender que la modernidad anda suelta.

La idea de que algunos Estados-nación están en crisis es un elemento fijo del campo de la política comparada y, de alguna manera, fue la justificación de gran parte de la teoría de la modernización, especialmente en la década de 1960. La idea de que algunos Estados son débiles, enfermos, corruptos o suaves ha estado presente desde hace varias décadas (¿recuerdan a Gunnar Myrdal?). Más recientemente, se ha vuelto ampliamente aceptable ver el nacionalismo como una enfermedad, especialmente cuando es el nacionalismo de otro. La idea de que todos los Estados-nación son acosados en cierta medida por movimientos globalizados de armas, dinero, enfermedades e ideologías tampoco es noticia en la era de la empresa multinacional. Pero la idea de que el sistema de Estado-nación mismo esté en peligro no es nada reputada. Mi insistencia constante en ese guión "-" que une Estado a nación forma parte de un argumento en evolución respecto del próximo fin de la época del Estado-nación. Esta visión, que se encuentra en algún lugar entre diagnóstico y pronóstico, y entre intuición y argumento, se debe explicar en mayor detalle.

Primero, necesito distinguir entre los componentes éticos y los analíticos de mi argumento. En el frente ético, me inclino cada vez más a considerar que la mayoría de los aparatos gubernamentales modernos tienden a la autoperpetuación, abotagamiento, violencia y corrupción, sean de izquierda o de derecha. La pregunta ética que a menudo enfrento es que si el Estado-nación desaparece, ¿qué mecanismo asegurará la protección de las minorías, la distribución mínima de los derechos democráticos y la posibilidad razonable de crecimiento de la sociedad civil? Mi respuesta es que no sé, pero esta admisión no es para nada una recomendación ética para un sistema que parece plagado de enfermedades endémicas. En cuanto a formas y posibilidades sociales alternativas, existen formas y arreglos sociales que podrían contener las semillas de formas más dispersas y diversas de lealtad y afiliación transnacional. Admito con presteza que el camino de los diversos movimientos transnacionales hacia formas sostenibles de gobernanza transnacional no está nada claro. Prefiero, no obstante, el ejercicio de buscar —de hecho, imaginar— estas posibilidades alternativas a la estrategia de definir que algunos Estados-nación son más sanos que otros, para luego sugerir diversos mecanismos de transferencia de ideología. Esta última estrategia reproduce la política de modernización-*cum*-desarrollo una vez más, con los mismos apuntalamientos y las mismas perspectivas poco saludables.

Si el frente ético de mi argumento es necesariamente nebuloso, el frente analítico es algo más nítido. Una inspección superficial de las relaciones en y entre los más de 150 Estados-nación que son ahora miembros de la Organización de las Naciones Unidas bastaría para demostrar que las guerras de fronteras, las guerras entre culturas, la inflación galopante, las migraciones masivas o las fugas graves de capital amenazan la soberanía de muchos de ellos. Incluso donde la soberanía del Estado

parece intacta, la legitimidad del Estado a menudo es insegura. Hasta en Estados-nación aparentemente seguros como Estados Unidos, Japón y Alemania, los debates sobre raza y derechos, afiliación y lealtad, ciudadanía y autoridad ya no son culturalmente periféricos. Mientras que un argumento en favor de la longevidad de la forma Estado-nación se basa en esas instancias aparentemente seguras y legítimas, el otro argumento es a la inversa, y se fundamenta en los nuevos etnonacionalismos del mundo, particularmente los de Europa Oriental. En Estados Unidos casi siempre se señala Bosnia-Herzegovina como el síntoma principal del hecho de que el nacionalismo está vivo y enfermo, a la vez que se invoca a las democracias acaudaladas para demostrar que el Estado-nación está sano y salvo.

Dada la frecuencia con la que se utiliza a Europa Oriental para demostrar que el tribalismo es profundamente humano, que el nacionalismo de otras personas es tribalismo con mayúscula, y que la soberanía territorial sigue siendo una meta importante para muchos grupos étnicos grandes, permítanme proponer una interpretación alternativa. A mi juicio, se ha distorsionado singularmente a Europa Oriental en los argumentos reputados sobre el nacionalismo en la prensa y en la academia en Estados Unidos. En lugar de ser la instancia modal de las complejidades de todos los etnonacionalismos contemporáneos, Europa Oriental, y su facción serbia en particular, se ha utilizado como demostración del vigor persistente de los nacionalismos en los que tierra, idioma, religión, historia y sangre son congruentes, un caso prototípico de lo que es el nacionalismo. Por supuesto, lo fascinante de Europa Oriental es que algunos de sus propios ideólogos de derecha han convencido a la prensa liberal occidental de que el nacionalismo es una política de primordios, mientras que la pregunta real es cómo se ha logrado que parezca así. Esto ciertamente convierte a Europa Oriental en un caso fascinante y urgente desde muchos puntos de vista, entre ellos el hecho de que debemos ser escépticos cuando los expertos alegan haber encontrado tipos ideales en casos reales.

En la mayoría de los casos de contranacionalismo, secesión, supranacionalismo o renacimiento étnico a gran escala, el hilo común es la autodeterminación y no la soberanía territorial propiamente dicha. Incluso en aquellos casos en que el territorio parece ser el tema fundamental, como en Palestina, se puede aducir que los debates sobre tierra y territorio son, en realidad, derivados de argumentos que son sustantivamente sobre poder, justicia y autodeterminación. En un mundo de personas en movimiento, de productos de consumo masivo mundial y Estados incapaces de brindar derechos básicos incluso a sus mayorías étnicas, la soberanía territorial es una justificación cada vez más difícil para aquellos Estados-nación cada vez más dependientes de mano de obra, destrezas, armas o soldados extranjeros. En el caso de los movimientos contranacionalistas, la soberanía territorial es un lenguaje plausible para sus aspiraciones, pero no se debe confundir con su lógica fundacional ni su preocupación primordial. Hacerlo sería cometer lo que yo llamaría la Falacia Bosnia, un error que abarca (a) malinterpretar las luchas étnicas de Europa Oriental como tribalistas y fundamentales, un error liderado por *The New York Times*, y (b) agravar el error al tomar el caso de Europa Oriental como un modelo de todos los nacionalismos emergentes. Alejarse de la Falacia Bosnia exige dos concesiones difíciles: primero, que los sistemas políticos de las naciones acaudaladas del Norte podrían ellas mismas estar en crisis y, segundo, que los nacionalismos emergentes de muchas partes del mundo podrían estar fundados en patriotismos que no son exclusiva ni fundamentalmente territoriales. Los argumentos en favor de estas concesiones impulsan gran parte de este razonamiento. Al plantearlos, no me ha sido siempre fácil mantener la distinción entre lo analítico y las perspectivas éticas sobre el futuro del Estado-nación, aunque he tratado de hacerlo.

En tanto que el Estado-nación entra en una crisis terminal (si mis pronósticos resultan correctos), ciertamente podemos esperar que los materiales para un imaginario posnacional ya estén entre nosotros. En esto, me parece que debemos prestar

particular atención a la relación entre los medios masivos y la migración, los dos hechos que apuntalan mi sentido de la política cultural de lo moderno global. En particular, debemos examinar cuidadosamente la variedad de lo que ha surgido como "esferas públicas de diáspora". Benedict Anderson nos hizo un servicio al identificar la forma en que ciertos tipos de medios masivos —principalmente los periódicos, las novelas y otros medios impresos— desempeñaban un papel clave en imaginar la nación y en facilitar la propagación de esta forma en el mundo colonial de Asia y otros lugares. Mi argumento general es que existe un vínculo similar entre la obra de la imaginación y el surgimiento de un mundo político posnacional. Sin el beneficio de la mirada retrospectiva (que sí tenemos respecto de la travesía mundial de la idea de la nación), es difícil plantear un argumento claro en favor del papel de la imaginación en un orden posnacional. Pero, a medida que los medios masivos están cada vez más dominados por los medios electrónicos (y, por tanto, desvinculados de la habilidad de leer y escribir), a medida que dichos medios vinculan cada vez más a productores y públicos al cruzar las fronteras nacionales, y a medida que estas audiencias, ellas mismas, empiezan nuevas conversaciones entre quienes se mueven y quienes se quedan, encontramos un número creciente de esferas públicas de diáspora.

Estas esferas de diáspora frecuentemente están ligadas a estudiantes y otros intelectuales que mantienen un nacionalismo a larga distancia (tales como los activistas de la República Popular China). El establecimiento de un gobierno a cargo de la mayoría negra en Sudáfrica abre nuevos tipos de discurso sobre la democracia racial en África, así como en Estados Unidos y el Caribe. El mundo islámico es el ejemplo más familiar de toda una gama de debates y proyectos que tienen poco que ver con las fronteras nacionales. Religiones que en el pasado eran resueltamente nacionales, ahora se dedican vigorosamente a buscar misiones y clientelas globales: el hinduismo global de la última década es el mejor ejemplo individual de este proceso. Los movimientos activistas relacionados con el medio ambiente, con temas de mujeres y derechos humanos han creado en general una esfera de discurso transnacional, y a menudo recurren a la autoridad moral de refugiados, exiliados y otras personas desplazadas. Movimientos separatistas transnacionales importantes, tales como los sikhs, los kurdos y los tamiles de Sri Lanka, ejercen su autoimaginación en lugares en todo el mundo, donde tienen suficientes afiliados como para permitir la aparición de múltiples nodos en una esfera pública de diáspora más extensa.

La ola de debates sobre el multiculturalismo que se ha extendido por Estados Unidos y Europa es ciertamente prueba de la incapacidad de los Estados de evitar que sus minorías se vinculen a una comunidad más amplia de afiliación religiosa o étnica. Estos ejemplos, entre otros, sugieren que la era en la que podíamos suponer que las esferas públicas viables eran típica, exclusiva o necesariamente nacionales podría estar llegando a su fin.

Las esferas públicas de diáspora, diversas entre ellas, son los crisoles de un orden político posnacional. Los motores de su discurso son los medios masivos (tanto interactivos como expresivos) y el movimiento de refugiados, activistas, estudiantes y trabajadores. Bien puede ser que el orden posnacional emergente no resulte ser un sistema de unidades homogéneas (como el sistema actual de Estados-nación), sino un sistema basado en las relaciones entre unidades heterogéneas (algunos movimientos sociales, algunos grupos de interés, algunos organismos profesionales, algunas organizaciones no gubernamentales, algunas fuerzas armadas, algunas entidades judiciales). El reto de este orden emergente será si dicha heterogeneidad observará algunas convenciones mínimas de normas y valores, que no requieren un cumplimiento estricto del contrato social liberal del Occidente moderno. Esta pregunta trascendental no será contestada por precepto académico, sino por las negociaciones (tanto cívicas como violentas) entre los mundos imaginados por estos distintos intereses y movimientos. En el corto plazo, como podemos ver claramente, es probable que sea un mundo de mayor incivilidad y violencia. En el plazo más largo, libres de las restricciones de la forma de nación, quizá encontremos que la libertad cultural y la justicia sostenible en el mundo no presuponen la existencia uniforme y general del Estado-nación. Esta posibilidad inquietante podría ser el dividendo más emocionante de vivir en una modernidad que anda suelta.

Notas

1 La ausencia de citas específicas en el texto de este trabajo no debe transmitir la impresión de que se concibió inmaculadamente. [...] Se funda en muchas de las corrientes de las ciencias sociales y humanas de las últimas dos décadas.

2 Los "cultos al cargamento" (*cargo cults* en inglés) datan de después de la Segunda Guerra Mundial, principalmente en las islas de la Melanesia y en Nueva Guinea. Durante la campaña del Pacífico, se "arrojó desde el aire" gran cantidad de material de guerra, ropa, enlatados, tiendas, etc., lo que cambió las costumbres de los nativos. Al término de la guerra las bases aéreas fueron abandonadas y los cargamentos se detuvieron. Buscando reanudar la llegada del "cargamento"—al que se atribuía un origen divino—, los nativos desarrollaron un culto propio rememorando las prácticas de los soldados: se sentaban en las torres de control con audífonos tallados en madera, hacían señales para dirigir el aterrizaje, encendían antorchas para iluminar las pistas, etc. (N. del E.).

Bibliografía citada

Anderson, Benedict (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London, Verso.

Appadurai, A. (1990). "Topographies of the Self: Praise and Emotion in Hindu India" en Lutz, C. A. y Abu-Lughod, L. (eds.) *Language and the Politics of Emotion*. Cambridge, Cambridge University Press.

Crane, D. (1972). *Invisible Colleges*. Chicago, University of Chicago Press.

Appadurai, Arjun (1996). Extracto de "Modernity at Large" en *Cultural Dimensions of Globalisation*. Minneapolis, University of Minnesota Press. Reproducción autorizada por University of Minnesota Press.

Culturas híbridas y estrategias comunicacionales

Néstor García Canclini

¿Qué utilidad puede tener la noción de hibridación al aproximarnos al fin de siglo y en medio de la radical recomposición de los mercados y las fronteras culturales? Quiero revisar en este trabajo las respuestas que ensayé a esa pregunta en mi libro *Culturas híbridas*, tomando en cuenta nuevos enfoques sobre la multiculturalidad aparecidos durante los noventa, los procesos de integración e hibridación supranacional promovidos por los acuerdos de libre comercio (NAFTA-*North American Free Trade Agreement*, Mercosur, etc.), la recolocación que se va dando en esta década de los análisis sobre modernidad y posmodernidad, y también algunas polémicas que suscitó este libro en los seis años que lleva publicado.

Voy a centrarme en dos cuestiones: a) la legitimidad epistemológica y la fecundidad metodológica de la noción de culturas híbridas; b) las estrategias comunicacionales en los procesos de desarrollo y estancamiento de América Latina en los noventa.

1. La hibridación como recurso explicativo

Se me ha preguntado varias veces sobre la utilidad de aplicar a procesos culturales la noción de hibridación, proveniente de las ciencias biológicas. ¿No es lo híbrido «algo no fértil, como una mula»? ¿No reside la «vitalidad cultural» en «la capacidad de reproducción y renovación de cada cultura»? (Schmilchuk 1995).

Me cuentan los amigos biólogos que existen unos cuantos ejemplos de hibridaciones fecundas, enriquecedoras, que generan expansión y diversificación. En los vegetales, desde los famosos experimentos de Karpeahenko que cruzó rábanos con repollos, se busca aprovechar características de células provenientes de plantas diferentes para mejorar el crecimiento, la resistencia y la calidad del producto. La mayor parte del maíz desarrollado comercialmente en Estados Unidos es resultado de procesos de hibridación realizados por genetistas para aumentar su vigor (Villée y Dethier 1971).

De todas maneras, no veo por qué uno debe quedar cautivo en la dinámica biológica de la cual toma un concepto. Las ciencias sociales han importado muchas nociones de otras disciplinas sin que las invaliden las condiciones de uso en la ciencia de origen. Conceptos biológicos como el de reproducción fueron reelaborados para hablar de reproducción social, económica y cultural: el debate efectuado desde Marx hasta nuestros días se establece en relación con la consistencia teórica y el poder explicativo de ese término, no por una dependencia fatal del uso que le asignó otra ciencia. Del mismo modo, las polémicas sobre el empleo metafórico de conceptos económicos para examinar procesos simbólicos, como lo hace Pierre Bourdieu (1971) al referirse al capital cultural y los mercados lingüísticos, no tiene que centrarse en la migración de esos términos de una disciplina a otra sino en las operaciones epistemológicas que sitúen su fecundidad explicativa y sus límites en el interior de los discursos culturales: ¿permiten o no entender mejor algo que permanecía inexplicado?

Mi propósito ha sido elaborar la noción de hibridación como un concepto social. Según lo expliqué en *Culturas híbridas* (1990), encontré en este término mayor capacidad de abarcar diversas mezclas interculturales que con el de *mestizaje*, limitado a las que ocurren entre razas, o *sincretismo*, fórmula referida casi siempre a fusiones religiosas o de movimientos simbólicos tradicionales. Pensé que necesitábamos una palabra más versátil para dar cuenta tanto de esas mezclas "clásicas" como de los entrelazamientos entre lo tradicional y lo moderno, y entre lo culto, lo popular y lo masivo. Una característica de nuestro siglo, que complica la búsqueda de un concepto más incluyente, es que todas esas clases de fusión multicultural se entremezclan y se potencian entre sí.

Hablar de hibridación me pareció útil para designar las mezclas de la figuración indígena con la iconografía española y portuguesa. Luego, me sirvió para describir los procesos de independencia y construcción nacional en los que proyectos modernizadores han coexistido —hasta nuestros días— con tradiciones poco compatibles con lo que los europeos consideran característico de la modernidad. Al reunir varias conceptualizaciones de este proceso, principalmente las de Jürgen Habermas, Pierre Bourdieu y Howard S. Becker, encontré que se podían sintetizar en cuatro conceptos: emancipación, expansión, renovación y democratización. Pero la *secularización* de los campos culturales, la producción autoexpresiva y autorregulada de las prácticas artísticas y políticas, la racionalización de la vida social y el individualismo creciente, todo eso que se ha considerado resortes de la emancipación moderna, convive en América Latina con fundamentalismos religiosos y étnicos, con analfabetismo y arreglos arcaicos de poder. La *expansión*, así como la *renovación* social y cultural, se han venido manifestando en el rápido desarrollo industrializador y en el crecimiento de la educación media y superior, en el dinamismo de la experimentación artística y literaria a lo largo del siglo XX, en la fluida adaptación de ciertos sectores a las innovaciones tecnológicas y sociales, pero estos impulsos renovadores no sustituyen las tradiciones locales, a veces las acompañan y otras entran en conflicto con ellas, aunque sin destruirlas. También en las metrópolis se observan mezclas multiculturales, pero una característica que llama la atención en América Latina es que *la heterogeneidad es multitemporal*. La industria no elimina las artesanías, la democratización no suprime en forma evolucionista los hábitos autoritarios, ni la cultura escrita las formas antiguas de comunicación oral.

En algunos casos, la persistencia de costumbres y pensamientos antiguos puede verse como resultado del desigual acceso a los bienes de la modernidad. Pero otras veces estas hibridaciones persisten porque son fecundas: como analicé en el libro citado, han engendrado matrimonios felices entre la iconografía precolombina y el geometrismo contemporáneo, entre la cultura visual y musical de élites, la popular premasiva y la de las industrias comunicacionales.

Nada de esto ocurre sin contradicciones ni conflictos. Las culturas no coexisten con la serenidad con que las experimentamos en un museo al pasar de una sala a otra. Para entender esta compleja, y a menudo dolorosa interacción, es necesario leer estas experiencias de hibridación como parte de los conflictos de la modernidad latinoamericana. Intenté entender la trayectoria sinuosa de estas interacciones desechando la tesis de una simple imposición de la modernidad, como si se tratara de una fuerza ajena. La historia de cómo se articuló nuestro exuberante modernismo, o sea los proyectos intelectuales de modernidad, con la deficiente modernización socioeconómica, es el relato de cómo se han ingeniado las élites, y en muchos casos los sectores populares, para hibridar lo moderno deseado y lo tradicional de lo que no quieren desprenderse, para hacerse cargo de nuestra heterogeneidad multitemporal y volverla productiva.

Por eso, el término de *hibridación* no adquiere sentido por sí solo, sino en una constelación de conceptos. Algunos de los principales son: modernidad-modernización-modernismo, diferencia-desigualdad, heterogeneidad multitemporal, reconversión. Este último, tomado de la economía, me permitió proponer una visión conjunta de las *estrategias* de hibridación de las clases cultas y las populares. La hibridación sociocultural no es una simple mezcla de estructuras o prácticas sociales discretas, puras, que existían en forma separada, y, al combinarse, generan nuevas estructuras y nuevas prácticas. A veces esto ocurre de modo no planeado, o es el resultado imprevisto de procesos migratorios, turísticos o de intercambio económico o comunicacional. Pero con frecuencia la hibridación surge del intento de reconvertir un patrimonio (una fábrica, una capacitación profesional, un conjunto de saberes y técnicas) para reinsertarlo en nuevas condiciones de producción y mercado: así utiliza Pierre Bourdieu esta expresión para explicar las estrategias mediante las cuales un pintor se convierte en diseñador, o las burguesías nacionales adquieren los idiomas y otras competencias necesarias para reinvertir sus capitales económicos y simbólicos en circuitos transnacionales. Pero, como analicé en el libro *Culturas híbridas*, también se encuentran estrategias de reconversión económica y simbólica en sectores populares: los migrantes campesinos que adaptan sus saberes para trabajar y consumir en la ciudad, y sus artesanías para interesar a compradores urbanos; los obreros que reformulan su cultura laboral ante las nuevas tecnologías productivas; los movimientos indígenas que reinsertan sus demandas en la política transnacional o en un discurso ecológico, y aprenden a comunicarlas por radio y televisión. En fin, por tales razones, para mí el objeto de estudio no es la hibridez, sino los procesos de hibridación. El análisis empírico de estos procesos, articulados a estrategias de *reconversión*, muestra que la hibridación interesa tanto a los sectores hegemónicos como a los populares que quieren apropiarse los beneficios de la modernidad.

Las filosofías binarias y polares de la historia se revelan particularmente inconsistentes en las fronteras interculturales donde hay intensa hibridación. Pero en rigor, en este tiempo de globalización, todos vivimos en fronteras donde se cruzan múltiples estrategias diversificadas. Así actúan los grupos que concentran el poder y se relacionan con los subalternos considerando hasta cierto punto su diversidad y sus demandas. En el debate internacional ha pasado el tiempo de las oposiciones extremas, del binarismo y de las conspiraciones manipuladoras

en una sola dirección. Stuart Hall (1991) afirma que para entender las formas actuales de poder económico y cultural hay que trabajar esta aparente paradoja: vivimos en un mundo «multinacional pero descentrado». Si bien la «cultura masiva global» permanece centrada en occidente, «habla inglés como una lengua internacional». «Habla una variedad de formas chapurreadas de inglés». Su expansión se logra mediante una homogeneización «enormemente absorbente» de las particularidades locales y regionales, «y no funciona en su totalidad». «No intenta producir miniversiones anglófilas en cualquier lado o pequeñas versiones de inglés estadounidense. Aspira a reconocer y absorber esas diferencias dentro del marco que abarca lo que es esencialmente una concepción estadounidense del mundo».

En una referencia específica a los vínculos de Estados Unidos con América Latina, Stuart Hall (1991) dice que la hegemonía estadounidense no es comprensible sólo cómo eliminación de lo diferente; lo que se observa son, más bien, múltiples caminos a través de los cuales la cultura latinoamericana puede ser «vuelta a penetrar, absorbida, remodelada, negociada sin destruir en absoluto lo que le es específico y particular».

El agravamiento de la desigualdad centenaria por los últimos cambios de las sociedades latinoamericanas hace que las confrontaciones tengan a veces el aspecto de simple oposición. No faltan situaciones en que se exasperan las diferencias y desigualdades al punto de que las clases y las etnias actúan como si todo se redujera a enfrentamientos. O, si se producen hibridaciones entre "lo propio" y "lo ajeno" es porque no hay más remedio que aceptarlas. En estas situaciones, puede ser útil distinguir entre hibridaciones dominadas e hibridaciones de resistencia, al modo en que lo hace Homi K. Bhabha (1994). Es apreciable la contribución de este autor para construir la noción de hibridación como un objeto lingüístico, más allá de la biología, definiéndola como «una metonimia de la presencia», y situándola en medio de relaciones de poder, no como si la hibridación entre dos culturas fuera sólo un asunto de relativismo intercultural. Pero encuentro inapropiada para América Latina la constante polaridad que establece entre lo colonial y lo resistente, porque nuestros países dejaron de ser colonias hace casi dos siglos, y la cultura no puede ser analizada entre nosotros «como un espacio colonial de intervención», sino como escena de disputa por el sentido de la modernidad. En este contexto de una modernidad relativamente independiente (que no deja captar sus rasgos periféricos y subordinados bajo la denominación de poscolonial), aun los amplios sectores perjudicados por la reciente reestructuración neoconservadora interactúan hibridando lo hegemónico y lo popular, lo local, lo nacional y lo transnacional. Entre estas entidades se desarrolla «una intimidad intersticial», expresión que Bhabha emplea para desafiar las «divisiones binarias» entre lo privado y lo público, el pasado y el presente, lo psíquico y lo social, y reconocer los complejos entrelazamientos que ocurren al estar-entre, en las fronteras porosas de los cruces. Bhabha no aplica esta sutil comprensión a las relaciones entre hegemónicos y subalternos, posiblemente por la subordinación de lo cultural al enfrentamiento político que rige su pensamiento, pero en América Latina —como lo analicé con más detalle en otro texto (García Canclini 1995)— esta perspectiva es indispensable por la autonomía parcial alcanzada por los campos culturales en la modernidad, así como por la importancia de las transacciones y la negociación en el desenvolvimiento de las identidades hegemónicas y populares.

2. Hibridaciones latinoamericanas: una comparación con los *cultural studies*

En los últimos años, comienzan a confrontarse los modos de pensar la hibridación entre tradición y modernidad, y distintos tipos de modernidades, en América Latina y en Estados Unidos. Deseo hacer algunos comentarios sobre cómo veo la situación latinoamericana en este debate y sus

perspectivas en los movimientos de globalización e integración regional.

Para ello me parece útil partir de dos críticas formuladas al libro *Culturas híbridas*, que a su vez me permiten profundizar en lo que venía desarrollando acerca de la filosofía de la historia. George Yúdice (1993) sostiene que mi posición

> «tiende a exagerar el caso de las hibridaciones aboliendo "las jerarquías entre periodos históricos". Si bien concuerdo con que las temporalidades (y espacialidades) se han difuminado, no puedo ser tan optimista respecto de las jerarquías. El hecho es que la vasta mayoría de grupos tradicionales y otros pueblos subalternos continúan viviendo en condiciones de escasas oportunidades. La reconversión cultural —es decir, volver comerciable la producción cultural— es ciertamente mejor que no contar con los recursos suficientes para la "búsqueda de la vida y la felicidad", pero es aceptar una lógica económica como solución a la producción y a la recepción cultural y su papel en la construcción de sociedades civiles más democráticas».

En tanto, Renato Rosaldo (1995) sostiene en su introducción a la edición en inglés de *Culturas híbridas* que mi

> «análisis de la tradición y la modernidad puede resultar de difícil comprensión para los lectores de Estados Unidos. La brecha en la comprensión se deriva de la absoluta separación ideológica entre el Norte y el Sur, entre Estados nacionales que habrían completado su modernización y aquellos que aún no lo han hecho [...] El debate sobre las *Culturas híbridas* en los Estados Unidos se centrará no sólo en la distinción tradición/modernidad sino también en la noción de que el periodo histórico contemporáneo contiene diferentes temporalidades (tradicional, moderna y posmoderna), como si las épocas pudiesen persistir relativamente inmutables en el presente».

Dos autores con muchas coincidencias teóricas, ubicables en los *cultural studies* norteamericanos, aprecian en sentidos diferentes mi modo de examinar la hibridación en los países latinoamericanos. Mientras Yúdice encuentra que no distingo suficientemente las temporalidades coexistentes en la actualidad y suprimo las jerarquías entre periodos históricos, Rosaldo considera que desde un país que vive una modernización completa (EE.UU.) y desde una disciplina como la antropología, que se opone al evolucionismo, cuesta aceptar que diferentes épocas persistan separadas y relativamente inalteradas dentro del mundo contemporáneo.

Para tratar de superar ambas dificultades, dediqué muchas páginas a examinar cómo los artesanos y otros grupos tradicionales reelaboran sus herencias culturales a fin de participar en la modernidad, que es la condición epocal dominante en la cual se halla inserto el continente latinoamericano. Pero veo necesario reconocer que los dispositivos históricos de exclusión social, económica y cultural engendraron procesos de dualización y preservan circuitos o bolsones marginales, "tradicionalistas", limitando sus débiles enlaces e inserciones en los procesos modernos hegemónicos. Si bien las hibridaciones generadas por la modernización alcanzan aun a pueblos campesinos e indígenas, a través de la mercantilización de sus economías, la llegada de industrias culturales y otros movimientos que los ligan al desarrollo contemporáneo, estimo necesario estudiar la escasa integración (no aislamiento) de sectores tradicionalistas respecto del conjunto social para entender las bases socioeconómicas y culturales de movimientos neomexicanistas, neoincaicos y otros indigenismos que pretenden restituir como utopías antimodernas tradiciones idealizadas. Comparto con Rosaldo la opinión de que estas utopías deben examinarse como parte de la modernidad, pero también necesitamos verlas en conexión con las condiciones estructurales que las marginan para que no parezcan simples delirios.

A mi manera de ver la diferencia más importante entre los procesos culturales latinoamericanos y los de Estados Unidos no se encuentra en los modos de concebir los vínculos entre tradición y modernidad, sino en las maneras de entender la hibridación

respecto de diferentes visiones de la multiculturalidad. Quizá la discrepancia clave entre la multiculturalidad estadounidense y lo que en América Latina más bien se ha llamado pluralismo o heterogeneidad cultural resida en que, como explican varios autores, en Estados Unidos «multiculturalismo significa separatismo» (Hughes 1993, Taylor, Walter 1995). Sabemos que, según dice Peter McLaren (1994), conviene distinguir entre un multiculturalismo conservador, otro liberal y otro liberal de izquierda. Para el primero, el separatismo entre las etnias se halla subordinado a la hegemonía de los WASP y su canon que estipula lo que se debe leer y aprender para ser culturalmente correctos.

Lo que podría llamarse el canon en las culturas latinoamericanas debe mucho a Europa, pero a lo largo del siglo XX combina influencias de diferentes países europeos y las vincula de un modo heterodoxo con diversas tradiciones nacionales. Autores como Jorge Luis Borges y Carlos Fuentes dan cita en sus obras a expresionistas alemanes, surrealistas franceses, novelistas checos, italianos, irlandeses, autores que se desconocen entre sí, pero que escritores de países periféricos, como decía Borges, «podemos manejar», «sin supersticiones», con «irreverencia». Si bien Borges y Fuentes podrían ser casos extremos, encuentro en gran parte de los especialistas en humanidades y ciencias sociales, y en general en la producción cultural latinoamericana, una apropiación reestructuradora de los cánones metropolitanos y una utilización crítica en relación con variadas necesidades nacionales. Además, las sociedades latinoamericanas no se formaron con el modelo de las pertenencias étnico-comunitarias, sino a partir de la idea laica de república y del individualismo jacobino, pero a la vez con una apertura simultánea a las modulaciones que ese modelo francés fue adquiriendo en otras culturas europeas y en la constitución estadounidense.

Debido a esta historia diferente, no predomina en los países latinoamericanos la tendencia a resolver los conflictos multiculturales mediante políticas de acción afirmativa. No han faltado en América Latina fundamentalismos nacionalistas y etnicistas, que también promueven autoafirmaciones excluyentes —absolutizan un solo patrimonio cultural, que ilusoriamente se cree puro— para resistir la hibridación. Hay analogías entre el énfasis separatista, basado en la autoestima como clave para la reivindicación de los derechos de las mujeres y las minorías en Estados Unidos, y algunos movimientos indígenas y nacionalistas latinoamericanos que interpretan maniqueamente la historia colocando todas las virtudes del propio lado y atribuyendo los déficit de desarrollo a los demás. Sin embargo, no fue la tendencia prevaleciente en nuestra historia. Menos aún en este tiempo de globalización que vuelve más evidente la constitución híbrida de las identidades étnicas y nacionales, la interdependencia asimétrica, desigual, pero insoslayable en medio de la cual deben defenderse los derechos de cada grupo. Por eso, los movimientos de artistas e intelectuales que se identifican con demandas étnicas o regionales, por ejemplo las del zapatismo en Chiapas, sitúan esa problemática particular, como los mismos zapatistas, en un debate sobre la nación y sobre cómo reubicarla en los conflictos internacionales. O sea, en una crítica general sobre la modernidad.

Es fácil entender que fijar cuotas proporcionales al tamaño demográfico de cada grupo para ingresar en las universidades y en los puestos de trabajo haya sido útil en una etapa de las luchas por los derechos a fin de equilibrar exclusiones e injusticias precedentes. Pero, como anota Hughes, la aplicación constante de estas cuotas en las políticas de museos y fundaciones acabó achicando la distancia entre las búsquedas estéticas y la propaganda de eslóganes. Hughes sostiene que debe reencontrarse un lugar para el arte entre las coacciones que lo sofocaron en la vida estadounidense de los últimos años: por un lado, las censuras y los cortes de fondos cuando el *National Endowment for the Arts* quiso terminar con irreverencias como las de Andrés Serrano y los desnudos de Mapplethorpe; por otro, las presiones políticas de los radicales que, en defensa de las diferencias de raza y género, en nombre de la corrección política, han engendrado "un *kitsch* farragoso".

Aun cuando no se caiga en el *kitsch*, la afirmación compartimentada y separatista de cada minoría ha propiciado en Estados Unidos la yuxtaposición *multicultural* de estéticas que, como escribió Mari Carmen Ramírez (1994), no pretenden ser más que «representaciones literales» de cada identidad. De ahí, la monotonía de los estereotipos que recorren el arte chicano y el neomexicanista, la sobrestimación de lo artesanal y la factura naif como oposición a la "buena pintura" y a la sofisticación tecnológica, la sobrerritualización de emblemas y situaciones tradicionales. El encapsulamiento en estas autoafirmaciones de "lo propio" acaba obturando la innovación formal y el intercambio *transcultural*, que son condiciones de la creatividad y el pensamiento críticos en una sociedad globalizada. Varios dilemas irresueltos del multiculturalismo estadounidense parecen condensarse en esta cuestión: cómo pasar de los reconocimientos aislados de cada grupo, que a la larga perpetúan la desigualdad y congelan las diferencias, al reconocimiento compartido de lo distinto dentro de las relaciones socioculturales protagónicas, vertebrales, de la sociedad.

El malestar por la hibridación: estrategias y contradicciones de la globalización

Veamos, por último, algunos dilemas irresueltos del multiculturalismo y la hibridación en América Latina, y en su relación con las metrópolis.

1. *La homogeneización recesiva.* Si tomamos en primer plano la situación económica, observamos que nunca estuvo América Latina sometida a un proceso semejante de uniformación. Pero ahora se trata de una *homogeneización recesiva.* Las políticas privatizadoras y transnacionalizadoras fueron aplicadas en forma pareja en todas las economías latinoamericanas. Como consecuencia, hasta los países más dinámicos de otro tiempo (Argentina, Brasil y México) mostraron índices negativos de crecimiento en los ochenta, y las pocas sociedades que lograron recuperar su PIB a principios de los noventa volvieron a contraerse, registran un aumento del desempleo y de su endeudamiento externo. Las grandes ciudades del continente, que los gobiernos y los migrantes campesinos imaginaban hasta hace pocos años como avanzadas de nuestra modernización, sufren el deterioro de su calidad de vida, son los centros dramáticos de la violencia. Muchas se parecen, en tanto sus calles y plazas se convierten en escenarios caóticos de la pobreza que intenta sobrevivir mediante el mercado "informal". Estas políticas de retroceso económico y descomposición social logran paradójico consenso electoral mediante la exacerbación de algunos rasgos "premodernos" (caudillismos de líderes populistas, clientelismos y arreglos corruptos con las masas menos incorporadas a la educación y la producción moderna), que se alían a productos perversos de la modernidad (narcotráfico, boicots financieros internacionales, deudas externas impagables). Los signos más negativos de la hibridación entre lo tradicional y lo moderno son movilizados para generar consenso a las políticas de desindustrialización, desempleo y mayor dependencia, en suma, de autodestrucción nacional ejecutadas por los gobiernos de Menem, Fujimori, Bucaram, y otros de la región.
Esta homogeneización recesiva afecta también la producción y el consumo de cultura. En las dos últimas décadas decreció la producción de libros, discos y películas en América Latina, se cerraron cines, librerías y teatros, museos de arte y programas de apoyo a las culturas populares. Muchas editoriales y radios han sido compradas por empresas europeas y estadounidenses que las reprograman desde patrones ajenos a la región. El adelgazamiento del gasto público y las débiles acciones privadas nos colocan ante esta paradoja: se promueve mayor comercio entre los países de América Latina y

de éstos con las metrópolis cuando estos países producen menos libros, menos películas y menos discos. Se impulsa la integración en el momento en que se tienen menos bienes culturales para intercambiar y el deterioro de los salarios achica el consumo de las mayorías.
Sólo las transnacionales de la comunicación, como Televisa y Globo, aumentan sus inversiones, únicamente en las áreas de recuperación más seguras (televisión, vídeo y revistas masivas). Como escribió Jesús Martín Barbero (1995), «en la "década perdida" de los ochenta la única industria que se desarrolló en América Latina fue la de la comunicación. El número de emisoras de televisión se multiplicó —de 205 en 1970 pasó a 1.459 en 1988—, Brasil y México se dotaron de satélites propios, la radio y la televisión abrieron enlaces mundiales vía satélite, se implantaron redes de datos, antenas parabólicas y TV cable, se establecieron canales regionales de televisión. Pero todo ese crecimiento se realizó siguiendo el movimiento del mercado sin apenas intervenciones del Estado, más aún minando el sentido y las posibilidades de esa intervención, esto es dejando sin piso real el espacio público y acrecentando las concentraciones monopólicas».

2. Quiero indagar, finalmente, qué posibilidades de desarrollo cultural y estético ofrece para los latinoamericanos esta etapa de integración transnacional con homogeneización recesiva. Las aperturas de la globalización generan oportunidades diversas para los sectores hegemónicos y para las capas populares. Por razones de espacio voy a limitarme a señalar dos características en que ambas franjas coinciden o están interrelacionadas.

   2.1 *Integración y segregación.* Los acuerdos de libre comercio benefician principalmente a las élites empresariales y de gobierno de los países periféricos, y reproducen su posición subordinada al disminuir la producción endógena y su competitividad internacional. Pero la globalización a la vez homogeneiza e integra a todos los sectores en el consumo. La expansión transnacional de las comunicaciones, que debilita el peso de las tradiciones locales, ha formado un folclor-mundo o, como lo llama Renato Ortiz (1994), una «cultura internacional-popular». Los consumidores de todas las clases sociales son capaces de leer las citas de un imaginario multilocalizado que la televisión y la publicidad agrupan: los ídolos del cine hollywoodense y de la música pop, los logotipos de *jeans* y tarjetas de crédito, los héroes deportivos y los políticos de varios países, componen un repertorio de signos en constante disponibilidad.
   Sin embargo, el mismo proceso que *integra e hibrida*, también *segrega*. La desigualdad entre naciones centrales y periféricas, así como entre los estratos económicos y educativos dentro de cada una, engendra nuevas injusticias. Grandes masas ven limitada su incorporación a la cultura global por el acceso exclusivo a la primera etapa de las industrias audiovisuales: los entretenimientos y la información que circulan en la radio y la televisión gratuitas. Grupos minoritarios de las clases medias y populares pueden actualizar y sofisticar su información al participar en una segunda etapa del uso de medios comunicacionales, que abarca los circuitos de televisión por cable, la educación ambiental y sanitaria, y la información política de vídeos. Pero son más bien las élites empresariales, políticas y académicas las que logran conectarse a las modalidades más activas de comunicación, es decir al tercer sistema que incluye el fax, el correo electrónico, las antenas parabólicas, la información y el intercambio lúdico: desde la filmación de vídeos aficionados hasta la construcción de redes electrónicas internacionales de tipo horizontal (por ejemplo, internet). Sólo reducidos sectores populares participan de estos últimos circuitos a través de la producción de periódicos, radios y vídeos comunitarios.
   Parece difícil que sin un acceso generalizado a las dos últimas modalidades de comunicación, puedan desarrollarse formas democráticas *actuales* de ciudadanía, o sea vinculadas con la información internacional y con capacidad de intervenir significativamente en los acuerdos de integración global y regionales. La dimensión multinacional de asuntos como la contaminación ambiental, el tráfico de drogas y las innovaciones tecnológicas y culturales, requiere que los ciudadanos posean información que trascienda los espacios locales o nacionales. Por lo tanto, las políticas culturales deben coordinar acciones adecuadas a lo que podemos llamar *la esfera pública supranacional* (CEPAL 1994 y UNESCO 1995).

   2.2 *La hibridación ecualizada.* ¿Qué ocurre en los circuitos comunicacionales donde los bienes simbólicos se ofrecen masivamente a todos los públicos? El fácil acceso actual a músicas de diversos continentes, aun desde las sociedades periféricas, ayuda a compositores, intérpretes y audiencias a conocer hallazgos de otras culturas y fusionarlos con las propias tradiciones. Pero las tecnologías de grabación y reproducción que nos acercan estilos distantes los vuelven demasiado fácilmente conmensurables al someterlos a un gusto padronizado: la percusión de una batería de *escola de samba* o de una orquesta de salsa suenan cada vez más parecidas a los timbales de una orquesta sinfónica y los tambores de un grupo de música religiosa africana o indonesia.

Como observa José Jorge Carvalho (1995), esta homogeneización transnacional genera malentendidos: «El oyente urbano postmoderno aprende a recibir como algo familiar lo que es concebido por sus creadores y cultores tradicionales como singular, original; y el oyente típico de una comunidad musical tradicional tiene serias dificultades para aprehender el carácter fundamentalmente irónico, alegórico, o simulacral, de la producción musical generada por los medios masivos contemporáneos. Dicho de otro modo, en vez del ideal de la mutua exégesis, de la hermenéutica fusión de horizontes musicales, lo que nos toca analizar ahora con más frecuencia son las situaciones de incompatibilidad comunicativa».

Sin embargo, estos malentendidos y esta incompatibilidad son ocultados mediante artificios electrónicos. Un recurso clave para reducir las discontinuidades entre las variaciones tímbricas y de estilos melódicos que supone la alteridad musical es el ecualizador, ese dispositivo que organiza el equilibrio sonoro entre los instrumentos de un conjunto y en relación con las voces. Al aplicar a las diferencias interculturales esa capacidad de compensar sonidos agudos con medianos y graves, así como entre los varios canales, para que todo se oiga con facilidad y la masa sonora sea agradable, se está realizando una intervención que trasciende lo estético. Estamos ante cambios de estrategias comunicacionales que implican nuevas políticas multiculturales.

La búsqueda de una estética de equilibrio sonoro, que tuvo sus primeras manifestaciones en los aeropuertos, restaurantes, centros comerciales y otros lugares donde se trataba de "climatizar" el ambiente, se expande ahora mediante técnicas de grabación industrial que eliminan "lo discordante". Carvalho ha estudiado algunos de los principales procedimientos utilizados: a) las intensidades de distintos géneros e instrumentos musicales, los pianísimos y fortísimos, son equilibrados para que suenen bajo una homogeneidad orquestal o subordinados al canal de la voz; b) el abuso en el efecto de retorno o reverberación del sonido en shows y bares, que atrofia la capacidad del oyente para captar pasajes más sutiles, se extiende a los hábitos de grupos juveniles, y aun individuos con *walkman*, para los cuales la mejor manera de escuchar música es con la mayor amplificación y volumen de la masa sonora; c) el

Cultura popular, narrativa e identidad

disco compacto consagra los paradigmas uniformadores de audición al ofrecer versiones "depuradas", que se presentan como si fueran producidas en salas acústicas equilibradas, con la orquesta perfecta y el espectador en la posición ideal para oír: la grabación ecualizada, con un sujeto auditor ecuánime, siempre en el centro.

Esta perspectiva etnocéntrica e ingenuamente moderna, que se desentiende de la crisis de la representación elaborada desde hace décadas por la literatura y el cine, oculta sus operaciones de borramiento: tantos balances sutiles de intensidad y ritmo eliminan las inflexiones de las voces, los desplazamientos de energías, las oscilaciones entre momentos de mayor elocuencia sonora y silencios significativos.

Forjada como un recurso del gusto occidental, la ecualización se vuelve un procedimiento de hibridación tranquilizadora, reducción de los puntos de resistencia de otras estéticas musicales y resistencia a los desafíos que traen culturas diversas. Bajo la apariencia de una reconciliación amable entre las culturas, se esconde la simulación de que podemos estar cerca de los otros sin preocuparnos por entenderlos. Como el turismo de apuro, como tantas superproducciones cinematográficas transnacionales, la ecualización es la mayoría de las veces un intento de climatización monológica, de acomodamiento acústico en medio de los estruendos del mundo.

Estas oscilaciones musicales pueden ser entendidas como metáforas de opciones estéticas más vastas, que a la vez son modos variados de asumir la multiculturalidad, la hibridación y las diferencias que no se dejan hibridar, que no son ecualizables. Así, el fin de siglo abre oportunidades sin precedentes de comunicarnos con muchas otras culturas, construir repertorios híbridos y reconocer lo que, siendo irreductiblemente distinto, no tiene por qué ser aislado en forma separatista. Ante los riesgos de esta apertura de cada sociedad a la interacción con tantas otras, surgen reacciones como el esencialismo chovinista, la xenofobia y las reconciliaciones abstractas de la ecualización. ¿Podrá una cultura que reconquiste su potencial crítico y solidario descubrir también posibilidades inéditas de edificar una Babel dialógica y democrática?

Bibliografía citada

Bhabha, Homi K. (1994). *The Location of Culture*. London y New York, Routledge.

Bourdieu, Pierre (1979). *La distinction*. Paris, Minuit.

CEPAL-Comisión Económica para América Latina (1994). *La industria cultural en la dinámica del desarrollo y la modernidad: nuevas lecturas para América Latina y el Caribe*. LC/G. 1823, 14 de junio.

Carvalho, José Jorge de (1995). "Hacia una etnografía de la sensibilidad musical contemporánea" en *Série Antropologia*. Brasília, Universidade de Brasília, Departamento de Antropologia.

García Canclini, Néstor (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo.

García Canclini, Néstor (1993). "Memory and Innovation in the Theory of Art" en *The South Atlantic Quaterly*. Duke University Press, Vol. 92, Nº 3.

García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo.

Hughes, Robert (1993). *Culture of Complaint. The Fraying of America*. New York, Oxford University Press.

Hall, Stuart (1991). "The Local and the Global: Globalization and New Ethnicities" en D. Kimg, Anthony (ed.) *Culture, Globalization and the World-system*. Binghamton, University of New York.

Martín Barbero, Jesús (1995). "Comunicación e imaginarios de la integración". Taller de Comunicación, Cali.

McLaren, Peter (1994). "White Terror and Oppositional Agency: Toward a Critical Multiculturalism" en Goldberg, David Theo (ed.) *Multiculturalism: a Critical Reader*. Cambridge, Blackwell.

Ortiz, Renato (1994). *Mundialisaçao e cultura*. Sao Paulo, Brasiliense.

Cultura popular, narrativa e identidad

Rosaldo, Renato (1995). "Foreword" en García Canclini, Néstor *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

Ramírez, Mari Carmen (1994). "Between Two Waters: Image and Identity in Latin American Art" en Tomassi, Noreen; Jacob, Mary Jane y Mesquita, Ivo *American Visions/Visiones de las Américas*. New York, American Council for the Arts-Allworth Press.

Schmilchuk, Graciela (1995). "La fábrica de identidades". Ponencia presentada en el simposio *Beyond Identity, Latin American Art in the 21st Century*. Austin, Texas, 21 y 22 de abril.

UNESCO (1995). *Our Creative Diversity. Report of the World Commission on Culture and Development*. París.

Walzer, Michael (1994). "Individus et communautés, les deux pluralismes" en *Esprit*. París, junio.

Walzer, Michael (1993). "Comentario" a Charles Taylor en *El multiculturalismo y la "política del reconocimiento"*. México, FCE.

Villée, C. y Dethier, V. G. (1971). *Biological Principles and Processes*. Sanders Co.

Yúdice, George (1993). "Postmodernism in the Periphery" en *The South Atlantic Quarterly*, Vol. 92, Nº 3. Duke University Press.

Yúdice, George (1992). "Postmodernity and Transnational Capitalism in Latin America" en Yúdice, George; Franco, Jean y Flores, Juan (ed.) *On Edge*. Minnesota, University of Minnesota Press.

Las funciones de la cultura en una situación de desarrollo

Extracto de *La comunicación para el desarrollo como parte de la cultura*

C. W. Malan

Aunque el papel importante de la cultura en el desarrollo es hoy ampliamente reconocido, los profesionales del desarrollo que tienen que tratar con las realidades concretas de la economía, la asignación de tierras y viviendas, la infraestructura física, etc., a menudo sienten que el concepto de cultura es tan "vago" y sin delimitaciones que pueden aplicarlo poco en su planificación. La descentralización discursiva y la expansión del concepto en los estudios culturales han hecho poco por aliviar este escepticismo. Sin embargo, los estudios culturales pueden aportar enormemente a trazar las diversas funciones y modalidades de la cultura en el contexto del desarrollo.

La Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO (1995) enumera algunos de los usos de la expresión cultural a nivel local o popular; la han usado los agentes de desarrollo que trabajan con comunidades para fortalecer la identidad de grupo, generar energía social, superar sentimientos de inferioridad y alienación, y para ingresar directamente a la economía. De particular importancia en la comunicación para el desarrollo es el uso de la cultura para promover el discurso democrático y la mediación social, ayudar a afrontar los retos de las diferencias culturales, enseñar y despertar la toma

García Canclini, Néstor (1996). Síntesis de la ponencia presentada en el Seminario "Fronteras culturales: identidad y comunicación en América Latina", Universidad de Stirling, 16-18 de octubre. Reproducción autorizada por el autor.

de conciencia y promover la creatividad y la innovación (UNESCO).

La identidad cultural

El reconocimiento de la identidad cultural es una manera de asegurar que las comunidades receptoras no permanezcan pasivas durante el desarrollo. «Al convertirse la preservación de la identidad cultural en un tema de gran relevancia en las sociedades en desarrollo, la aceptación del contenido de los medios de información que cruzan las fronteras internacionales incluye una aceptación de los valores culturales extranjeros que posiblemente podrían ser antitéticos para los valores de la sociedad receptora» (Reddi 1987). Por lo tanto, la globalización sigue siendo un reto constante para el desarrollo de las comunidades locales.

La identidad está constituida, entre otros, por los siguientes factores que deberían determinar la naturaleza y el éxito del desarrollo. Los facilitadores deben analizar las implicaciones de estos aspectos para la comunicación para el desarrollo en un contexto local:

- *Cosmovisiones y valores.* Tal como resalta Rajasunderam (1997), la comunicación participativa sólo se puede convertir en realidad mediante las relaciones humanas significativas, impulsadas por valores perennes, tales como la compasión y la solidaridad. Las cosmovisiones y valores occidentales, o del Primer Mundo, centrados en las teorías de modernización modelaron las antiguas formas, ahora desacreditadas, de la comunicación para el desarrollo.
- *Conocimiento.* Se ha reconocido que el conocimiento local, las formas de dar sentido y "nombrar el mundo" (Freire), son esenciales para el éxito de la comunicación para el desarrollo. El conocimiento debe alimentar la experiencia.
- *Tradiciones.* Las formas de comunicación tradicionales, especialmente las basadas en la comunicación oral, se deben utilizar en la comunicación para el desarrollo.
- *Costumbres.* La comunicación puede interrumpirse en el primer nivel si no se respetan costumbres como el reconocimiento de la jerarquía, el estatus y la posición social.
- *Creencias.* Las creencias en la presencia y la guía de los antepasados, y el respeto por sus tumbas pueden ejercer una influencia considerable en el desarrollo agrario.
- *Símbolos.* Carl Jung ha ilustrado la influencia enorme de los símbolos originados en el inconsciente personal y colectivo. Un solo símbolo en un contexto de comunicación para el desarrollo puede decir más que mil palabras.

La cultura como facilitadora del desarrollo

Desde la década de 1970 la cultura ha vuelto a surgir como facilitadora del desarrollo y no sólo como un telón de fondo para los procesos de desarrollo. Los medios tradicionales y el arte popular pueden ser canalizados muy eficazmente para transmitir los mensajes de los proyectos de desarrollo, como se ha visto alrededor del mundo. Puesto que se originan en el corazón de la cultura, los diversos medios populares, tales como el teatro, los títeres, la narración de cuentos, los bailes folclóricos, las baladas y la pantomima, son particularmente importantes (Ranganath 1980). Han servido de vehículos de comunicación y entretenimiento desde hace siglos (Melkote 1991). Sin embargo, localmente, su potencial de apoyo al desarrollo ha recibido escaso reconocimiento.

Los medios tradicionales pueden, por supuesto, utilizarse indebidamente con fines de manipulación. Al comentar sobre el uso que de ellos hacen los agentes de desarrollo, el especialista Juan Díaz Bordenave advierte, respecto de estos agentes, que por «la obsesión con el logro de metas y no con el crecimiento humano pueden tomar estos medios como otro conjunto de instrumentos para cambiar la forma de pensar, sentir y comportarse de un pueblo. Y ése no es el propósito ni la función de los medios de comunicación tradicionales. Su propósito es la expresión, la relación, la comunión, el escape, la fantasía, la belleza, la poesía, el culto» (citado en UNESCO).

Se debe enfrentar el peligro de retratar los medios tradicionales de manera romántica y bucólica como un *ábrete sésamo* para los trabajadores del desarrollo inescrupulosos. Para quienes experimentan estos medios como una expresión natural de sus vidas y visiones, no hay, por supuesto, "peligro" alguno.

Algunas de las formas de expresión cultural más conocidas son las siguientes:

- *El teatro folclórico popular y formas escénicas relacionadas.* El teatro comunitario, a menudo improvisado, ha rendido resultados espectaculares en países en vías de desarrollo alrededor del mundo (Reyneke 1995). A menudo se combina con otras formas escénicas mencionadas más adelante, tales como el canto y la danza. Localmente, el escándalo que devino del montaje de la obra *Sarafina 2*, que se desarrolló para impartir educación sobre el VIH/SIDA y provocó fuertes protestas cuando se reveló que había recibido financiamiento del Estado por un valor de 14 millones de rands sudafricanos, sin duda alguna ha perjudicado gravemente la idea de usar el teatro y la danza para transmitir mensajes. Por otro lado, ha atraído la atención pública hacia las posibilidades de estas formas de expresión cultural como medios de comunicación.
- *Narración de cuentos y otras formas narrativas.* Puesto que entretienen, captan la atención y tienen una lógica intrínseca, los cuentos y otras formas narrativas (dramática, poética, mimética, etc.) han sido desde tiempo inmemorial algunas de las formas más eficaces de transmitir un mensaje. Los facilitadores de la comunicación para el desarrollo pueden aprender mucho sobre las comunidades y contribuir a la preservación de la "cultura viva" al invitar a la gente a contar su propia historia. Estas historias se pueden grabar y transcribir para preservarlas como parte de la herencia de la comunidad.
- *Pantomima.* En Oriente se ha perfeccionado como una forma artística exquisita, pero el hombre "primitivo" siempre ha tenido un gran amor por la pantomima.
- *Títeres.* Se han utilizado títeres de talla humana con éxito notable en la educación sobre el VIH/SIDA en este país [Sudáfrica].
- *Bailes folclóricos.* Nuevamente, el uso del movimiento corporal para transmitir mensajes es probablemente tan antiguo como la historia del *homo sapiens*.
- *Baladas y canciones.* La combinación de las diversas formas narrativas con la música siempre ha tenido un atractivo particular: combina el entretenimiento con la transmisión eficaz de un mensaje.

La interacción intercultural

Una gama de relaciones interculturales forman parte intrínseca del desarrollo: los trabajadores del desarrollo a menudo son expertos occidentales que deben interactuar con pobladores del "Tercer Mundo". Una serie de factores interculturales son aplicables a la comunicación para el desarrollo: las cosmovisiones, los valores, el etnocentrismo y el etnorrelativismo, la vivencia del espacio y el tiempo, el individualismo frente al colectivismo, etc.

La creatividad y la innovación

La Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO señala que menudo se pasa por alto la creatividad como fuerza social y que su corolario, la innovación, frecuentemente se considera en conflicto con la tradición. La canalización de la creatividad

Cultura popular, narrativa e identidad

e innovación natural que se puede hallar en cualquier comunidad puede contribuir enormemente al éxito de la comunicación. Un ejemplo conocido es la participación comunitaria directa en el teatro comunitario improvisado, utilizado para transmitir los mensajes de comunicación para el desarrollo.

Factores culturales de la continuidad y el cambio

Hasta un facilitador de comunicación para el desarrollo con un conocimiento sólido de la identidad, idioma, costumbres, etc. de una comunidad a menudo se ve abrumado por la tarea de enumerar sistemáticamente estos factores para elaborar un perfil cultural de la comunidad. Al intentar evaluar la medida en que la cultura y el desarrollo son compatibles, UNESCO distingue dos categorías de factores. Por un lado, están los que constituyen la herencia y la historia de una sociedad (su continuidad) y, por el otro, los elementos creativos intrínsecos y los elementos de cambio que contiene.

Los *factores de continuidad* (o variables lentas) abarcan los modos de vida, las formas de pensar y producir, las prácticas, costumbres, tradiciones, creencias, sistemas de valor, sucesos experimentados como culturales por derecho propio, idiomas y otras formas de herencia no física.

Los *factores de cambio* (o variables rápidas) abarcan las necesidades y aspiraciones del pueblo, las estrategias de supervivencia, los conocimientos científicos (ciencia) y los conocimientos técnicos (tecnologías, modos de organización social, política y económica), la creatividad, la migración y los cambios en el ambiente, el intercambio económico y el comercio. Importantes para los fines de la comunicación para el desarrollo, estos factores de cambio también incluyen el lenguaje hablado (particularmente las formas de hablar y el vocabulario), las transferencias de tecnología y las comunicaciones interculturales.

Formas socioculturales autóctonas como base para el desarrollo

Colletta (1980) considera que hay tres razones por las que la cultura autóctona es el mejor marco dentro del cual el desarrollo puede desenvolverse: los elementos autóctonos tienen una legitimidad tradicional para los participantes de los programas de desarrollo; estos elementos contienen símbolos que expresan e identifican diversas percepciones válidas de la realidad; y, cumplen varias funciones. Las siguientes formas socioculturales que Colletta analiza, conjuntamente con el liderazgo tradicional, los procesos socioeconómicos, las formas organizativas, etc. tienen consecuencias evidentes en la comunicación para el desarrollo:

- *Sistemas de comunicación tradicionales* (intercambio social, asambleas, etc.). Los observadores a menudo quedan asombrados con la eficacia y rapidez con que los avisos de reuniones, etc., se transmiten de boca en boca en las poblaciones y comunidades rurales de Sudáfrica.
- *Sistemas de conocimiento local* (métodos agrícolas, prácticas de salud, etc.). Se conoce bien la importancia que se asigna localmente a la medicina tradicional y esto se debe tomar en cuenta al estructurar los mensajes de promoción de la salud.
- *Etiología y sistemas de creencias tradicionales* (especialmente las relaciones causa-efecto, los símbolos religiosos, etc.). No tomar en cuenta los lazos de la comunidad con sus cementerios y ancestros podría traer graves consecuencias para el desarrollo agrario.
- *Tecnologías indígenas y transferencia* (uso de materiales y recursos locales, y la transferencia de habilidades para usarlos).

Un enfoque cultural es fundamental para la metodología de evaluación de la comunicación participativa rural, explicada por Anyaegbunam, Mefalopulos y Moetsabi (1997). Los trabajadores de campo y el personal de extensión utilizan esta metodología

para realizar una investigación participativa como primer paso en la preparación de un programa de comunicación. Ayuda a los trabajadores de campo a entender cómo la población percibe y define su mundo, a obtener un perfil de la comunidad, a entender las redes de información y comunicación de la comunidad y sus grupos de interacción y, en general, a analizar las necesidades y problemas de la comunidad y sus soluciones.

Traducción cultural

Puesto que el facilitador de la comunicación para el desarrollo es el vínculo entre todas las organizaciones de desarrollo y la comunidad, debe realizar una "traducción" en todos los sentidos de la palabra durante el proceso de facilitación. El término *traducción cultural*, por lo tanto, se utilizará aquí para denotar la esencia misma de una comunicación para el desarrollo eficaz. La información y los datos básicos se deben traducir culturalmente para tener algún efecto duradero en el desarrollo. Esta forma de "traducción" abarca lo siguiente:

- *Relacionar los mensajes básicos y los conocimientos con la forma de vida y las experiencias cotidianas de la comunidad.* Las ilustraciones y referencias a situaciones, contextos o espacios conocidos son fundamentales. Los conocimientos tienen muy poco sentido *si no* se relacionan con la manera en que los pobladores perciben y definen su mundo. Por ejemplo, en una aldea de Zambia los pobladores no implementaron buena parte de las recomendaciones de los trabajadores de extensión porque no se veían a sí mismos como agricultores (Anyaegbunam y otros).
- *Traducción lingüística.* Si el facilitador de la comunicación para el desarrollo no sabe hablar el idioma de la comunidad, que evidentemente sería lo ideal, debe aprenderlo. En el curso del aprendizaje, el agente de cambio obtiene acceso y aprecia los conocimientos locales, y aprende las normas locales de interacción y comunicación (Robinson 1997). En todo caso, se deben traducir por lo menos los aspectos esenciales del mensaje. Si la mayor parte del mensaje original se ha comprendido, esto también sirve de refuerzo.
- *Recodificación de los mensajes escritos para los analfabetos e incluso para quienes no lo son.* El analfabetismo es sin duda uno de los mayores retos que enfrenta cualquier tipo de comunicación para el desarrollo en este país [Sudáfrica]. El uso de los conocimientos culturales locales y las comunicaciones orales y visuales en forma no escrita es crucial para una comunicación para el desarrollo eficaz en situaciones de analfabetismo. También se debe tener presente que los medios orales y visuales son generalmente más poderosos que los medios escritos en África.
- *Presentación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como materiales auxiliares fáciles de entender.* Se debe guiar a los usuarios finales a percibir todos los tipos de tecnología como algo no amenazador. Es posible que las personas analfabetas no respondan a un folleto, pero sí a un dibujo o a historietas. La gente no familiarizada con las computadoras puede tenerles miedo, pero es posible persuadirla a pulsar algunos comandos preprogramados o a usar tecnología de pantalla táctil.
- *Adaptación de los mensajes de desarrollo a las redes y sistemas de comunicación de la comunidad.* Esta adaptación es necesaria para identificar y utilizar el canal más eficaz, según la necesidad de las técnicas de masas, grupales o interpersonales (Mody 1991). Con la tecnología multimedia disponible, es posible transmitir mensajes de una variedad de maneras estimulantes e interesantes.
- *Canalización de la información de las redes internacionales y nacionales a las redes locales.* Se pueden conectar redes de área local (LAN, por su sigla en inglés) al internet con muchos beneficios. Estas intranets se deben adaptar para que su uso sea lo más fácil posible por parte de la comunidad. Introducciones o resúmenes en los

idiomas locales son una opción. Una sola persona capacitada puede abrir los tesoros de toda la World Wide Web a la comunidad.

- *Negociación del significado del desarrollo mismo en función del contexto.* Ésta es probablemente la forma más importante de mediación cultural para el facilitador de la comunicación para el desarrollo. En una de las peores situaciones posibles del desarrollo, la comunidad podría enfrentar la posibilidad de que los trabajadores del desarrollo lleguen a su aldea con gran maquinaria, perturben su entorno y se marchen dejándoles una estructura indeseada. Por lo tanto, los representantes de la comunidad deberían contestar los siguientes tipos de preguntas hechas por el facilitador. "Dado que los trabajadores del desarrollo han indicado que desearían aprender de ustedes, ¿cuáles son sus necesidades más importantes en esta situación? ¿Cómo quisieran *ustedes* abordarlas y cuál va a ser su participación como comunidad? ¿De qué formas van ustedes a hacer propio el proyecto?". También es importante que esta interacción resulte en una negociación y comunicación bidireccional con los agentes del desarrollo.
- *Establecer el discurso cultural dentro del cual se llevará a cabo el proyecto.* En relación a los factores arriba mencionados, el proyecto y el proceso de desarrollo deben situarse, por lo tanto, dentro de un discurso específico, un marco de producción de significados y de generación de sentido. Más aún, el discurso general del desarrollo es generalmente una integración de los discursos en los niveles de planificación del desarrollo técnico (que podría considerarse enmarcada en la cultura del "desarrollismo tecnócrata") y de participación comunitaria (que podría relacionarse a una cultura de "populismo políticamente expeditivo"). Estos discursos podrían ser muy diferentes y la función de tender puentes entre los marcos discursivos corresponde al facilitador de la comunicación para el desarrollo.

La lista deja en claro que se necesita una variedad de habilidades y conocimientos para la traducción cultural. De particular importancia son las áreas de comunicación de masas intercultural o unidireccional, la interacción intercultural o bidireccional, y la comunicación interpersonal, e incluso la comunicación comparativa entre "culturas", tal como la estudiaría Thomas (1987).

A un nivel participativo, una interacción estrecha con la comunidad es fundamental para una buena traducción cultural. Puesto que Rivera y Erlich (1995) definen la cultura como una colección de comportamientos y creencias que constituyen las normas para decidir lo que es, lo que puede ser y qué hacer al respecto, su lista de las cualidades de un organizador comunitario abarca lo siguiente: identificación cultural y racial con la comunidad, familiaridad con las costumbres y tradiciones, valores y redes sociales, y un conocimiento profundo del idioma y la jerga del subgrupo, además de habilidades analíticas y organizativas, entre otras. Idealmente, estas cualidades también son aplicables al facilitador de la comunicación para el desarrollo.

Se necesita negociación y mediación para tratar temas como: (a) propiedad, ubicación y distribución de la infraestructura, (b) valores transmitidos y el idioma de transmisión, (c) determinación y formulación de contenidos, (d) el propósito y el proceso de adquisición de las habilidades necesarias para el manejo de las herramientas por parte de la comunidad, (e) extensión y eficacia del programa, y (f) el nivel de participación comunitaria en la toma de decisiones relativas a la operación de las instalaciones.

Para una buena traducción cultural, al facilitador de la comunicación para el desarrollo se le exige una gama considerable de habilidades y conocimientos. Debe tener destrezas y conocimientos en tantas áreas como sea posible, entre idiomas locales, dotes periodísticas y comunicacionales, capacitación informática y especialmente de la exploración en internet, teoría del desarrollo y de la alfabetización,

principios de gestión, etc. Un facilitador de la comunicación para el desarrollo competente ciertamente no verá esta enorme lista como un obstáculo, sino como un reto.

Conclusión

Para que algo se pueda "rescatar" del concepto tan desacreditado del desarrollo, la ausencia de progreso en la incorporación de la planificación e investigación de la comunicación para el desarrollo debería recibir una atención particular. Uno de los motivos de la situación actual es la tendencia a dejar el desarrollo y la investigación de la comunicación para el desarrollo únicamente a los expertos en comunicación. En Sudáfrica son un segmento relativamente pequeño de la comunidad académica, que debe cubrir el campo enorme de los estudios de la comunicación. El presente estudio parece señalar la necesidad de un enfoque interdisciplinario de la planificación e investigación de la comunicación para el desarrollo. Los estudios culturales y del desarrollo esencialmente interculturales son las áreas obvias donde iniciar estudios de comunicación para el desarrollo, pero se necesita una gama de aportes de disciplinas como los estudios culturales y lingüísticos, la economía, la sociología, las ciencias de la información, la pedagogía, etc.

Bibliografía citada

Anyaegbunam, C.; Mefalopulos, P. y Moetsabi, T. (1997). "Participatory Rural Communication Appraisal Methodology (PRCA): The Application of Participatory Approaches to Communication Programme Design and Implementation for Sustainable Human Development". Ponencia presentada en una conferencia virtual sobre comunicación participativa (ParCom 7), noviembre.

Colletta, N. J. (1980). "Tradition for Change: Indigenous Sociocultural Forms as a Basis for Nonformal Education and Development" en Kidd, R. y Collette, N. J. (eds.) *Tradition for Development: Indigenous Structures and Folk Media in Non Formal Education.* Actas de la conferencia "Tradición para el Desarrollo". Stuttgart, Alemania.

Malan, C. (1996). "The Eye of the Fly: Viewing Development as Part of Culture". Ponencia presentada en la conferencia de la Asociación de Desarrollo del Sur de África. Stellenbosch, 25–27 de septiembre.

Melkote, S. R. (1991). *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice.* New Delhi, Sage Publications.

Mody, B. (1991). *Designing Messages for Development Communication: An Audience Participation-based Approach.* New Delhi, Sage Publications.

Rajasunderam, C. V. (1997). "Vision, Principles and Values: Some Reflections". Ponencia presentada en una conferencia virtual sobre comunicación participativa (ParCom 97), noviembre.

Ranganath, H. K. (1980). *Folk Media and Communication.* Bangalore, Chintana Prakashana Publishers.

Reddi, U. V. (1987). "New Communication Technologies: What Sort of Development do They Bring in Their Wake?" en Jayaweera, N. y Amunugarpa, S. (eds.) *Rethinking Development Communication.* Singapore, AMIC.

Reyneke, E. (1995). "The International Use of Popular Theatre for Community Development". Informe sin publicar. South Africa, HSRC.

Rivera, F. G. y Erlich, J. L. (1995). "Organizing With People of Color: A Perspective" en Tropmarni, J. F.; Erlich, J. L. y Rothman, J. (eds.) *Tactics and Techniques of Community Intervention.* Itasca, Illinois, F. E. Peacock.

Robinson, C. (1997). "Participatory Development and Language". Ponencia presentada en una conferencia virtual sobre comunicación participativa (ParCom 97), noviembre.

Steyn, M. y Motshabi, K. (eds.) (1996). *Cultural Synergy in South Africa: Weaving Strands of Africa and Europe.* Randburg, South Africa, Knowledge Resources.

Thomas, S. (1987). *Culture and Communication: Methodology, Behavior, Artifacts and Institution.* Norwood, New Jersey, Ablex.

UNESCO (1995). *Our creative diversity: Report of the World Commission on Culture and Development.* Paris, World Commission on Culture and Development.

Malan, C. W. (1998). "The Functions of Culture within a Development Situation". Extracto de "Development Communication as Part of the Culture" en *Communicare,* 17 (1). Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones

Rosa María Alfaro

En los 70 y los 80, la comunicación "alternativa", entendida como "la otra comunicación", llamada también popular, educativa o comunitaria, tuvo su auge en Latinoamérica, comprometida con los movimientos sociales y la crítica frente a la sociedad imperante. Fue una época muy fructífera en experiencias, compromiso y reflexiones. Se conoció muy de cerca el mundo popular y su importancia en la sociedad. La apuesta por una organización popular y democrática articulada llenó —y hasta suplió— las utopías políticas de ese periodo. Los actores de sectores pobres se convirtieron en protagonistas y desde allí se les percibía como nuevos y auténticos gestores del cambio social.

Evidentemente el contexto real de la sociedad era muy complejo, a la par que cambiaban las nociones de transformación social y política. La propuesta clasista que alimentaba estas experiencias quedó trunca con la caída del socialismo, restándole sustento y continuidad. Los actores de la sociedad dejaron de percibirse como sujetos contradictorios u opuestos. Los límites de lo popular se oscurecieron. A la par siguieron emergiendo procesos más amplios de globalización y la tendencia económica hegemónica, por lo menos en el discurso, buscó en primer lugar una integración social y no precisamente una oposición radical. Asistimos así a una época donde los sujetos son constreñidos a una gran reflexividad, replegándose hacia sí mismos y al proyecto propio, en medio de un proceso de desterritorialización (sin fronteras) y de hibridación de las culturas. Todo ello nos convoca a pensar en la búsqueda de nuevas utopías comunicacionales que deben orientar nuestro trabajo y el compromiso con la sociedad.

Sin embargo, este proceso de búsqueda y redefinición no es posible sin antes realizar un balance exhaustivo de los procesos vividos. Es importante hacer memoria y rescatar aquellos aspectos que siguen siendo válidos para identificar las rutas del futuro. Igualmente, hay que puntualizar y analizar dónde estuvieron los fallos y los vacíos, todo aquello que hoy no tiene sustento teórico, ni ético, ni viabilidad práctica. Finalmente, necesitamos repensar una comunicación nueva y liberadora, en profundo diálogo con las utopías sociales y políticas que hoy empiezan a discutirse.

Balance: rescate y redefinición hacia el futuro

El espacio del que disponemos no nos permite hacer un análisis riguroso. Sólo expondremos algunas pistas evaluativas, recurriendo a un esquema simplista pero válido sobre lo que merece la pena ser rescatado y que sigue teniendo vigencia.

El marco teórico desde el que osamos mirar este conjunto de prácticas comunicativas con sentido social es el de los valores universales y éticos de una propuesta democrática radical, que busca unir de manera profunda el desarrollo individual y colectivo de los pueblos, la interacción entre la noción de justicia y libertad, el diálogo entre democracia y equidad como sentidos utópicos compatibles e inseparables en la nueva sociedad que queremos gestar.

Aportes éticos que recuperar: contra la desesperanza

Fueron años de experiencia y compromiso en todo el continente, unos apoyados por la cooperación internacional, otros sostenidos desde un trabajo voluntario. De esa experiencia se puede recuperar un capital ético construido que queremos destacar y cuyo eje central estaría en el compromiso con los sectores oprimidos y necesitados que buscan su desarrollo social y político. Algunas de las enseñanzas aprendidas y que siguen vigentes son:

La comunicación es una cuestión de sujetos en relación

Se puso el énfasis en la existencia de sujetos de la comunicación. Estos debían producir relaciones de diálogo entre sí, tanto entre los miembros de una población, de una comunidad determinada, o de un sector social, como entre los comunicadores y el pueblo. No sólo se logró señalar su importancia en el proceso comunicativo, sino que se pudo ver en ellos sus problemas y conflictos, su lado inconforme y su debilidad como víctimas de un orden social injusto. Y a pesar de concepciones simplistas en el nivel cultural, se consiguió destacar que eran sujetos culturales más o menos complejos y no sólo revolucionarios políticos. Frente a comprensiones más estructurales de la sociedad, esta comunicación puso el lado humano —aunque también político— desde sus prácticas, reivindicando los aspectos recreativos del quehacer comunicacional y el contacto entre la gente, tanto desde los medios como en la relación directa.

Participación es protagonismo y democracia

Se valoró y sobrevaloró la participación comunicativa. En muchos casos, se hizo de manera excesiva y hasta frondosa, produciendo estancamientos en el nivel de los formatos: muchas entrevistas, testimonios y hasta historias. Pero en otros casos, se apostaba a la promoción de una sociedad democrática y dialogante entre los pares. Era una época en la que la democracia sólo se apreciaba como un sistema incompleto y poco satisfactorio, en la que aún no se valoraba la democracia como un valor político societal. Ello significó una apreciación positiva de los sujetos populares respecto de sus capacidades para comunicar. Y supuso, además, la gestación de un modelo dialógico de comunicación que constituía al pueblo en emisor y receptor, permitiendo el ejercicio democrático alternativo.

La importancia de la comunidad y la acción colectiva

Un cuestionamiento constante y de fondo a los modelos individualistas llevó a realizar prácticas que más bien tendían a resaltar la importancia de la acción colectiva. La existencia de una comunidad organizada era muy respetada. En muchos casos y momentos se trabajaba para y por la organización, o con los movimientos sociales. La cohesión *valórica* que sostenía a la comunicación popular se situaba en el campo de la solidaridad humana, entre sujetos de una misma clase o sector social. Se trataba siempre de crear vínculos y compromisos. Fueron las épocas de "dar voz al que no tiene voz", permitiéndole que pudiese expresarse y ser protagonista.

Este rasgo es rescatable hoy día, pues no tendría que haber oposición entre individuo y comunidad. Podemos comprender que más allá de las organizaciones representativas y de carácter territorial, vale la experiencia de solidaridad aplicable a nuevas comunidades flexibles. No es posible pensar las relaciones sociales humanas sólo desde el individuo.

Derecho a la comunicación: relevancia de la radio

La comunicación popular y alternativa sustentada en la crítica a los medios masivos y comerciales optó por una formulación aún vigente sobre el derecho a la comunicación que todo receptor tiene, especialmente enunciada para el campo informativo. En los últimos tiempos la perspectiva

ciudadana trabajada en nuestro continente no ha recogido suficientemente esta noción de derecho para proponerla como contraparte de la libertad de expresión, gestando así una comprensión de la comunicación como una relación más equilibrada entre emisores y público.

Si bien no se admitía visiblemente el derecho de propiedad de los medios ni la libertad de expresión, se resaltó de manera práctica que las grandes mayorías podían y debían hablar, justamente porque la concepción *dialógica* lo sustentaba así. La independencia informativa, pero a favor de los pobres, fue de alguna manera un enlace con la democracia.

La radio fue el medio que mejor permitió explorar esta perspectiva. Esta experiencia además comprometió a todo el continente, no sólo usando radios pequeñas de corto alcance, sino otras de gran potencia. Se coincidió, desde la práctica, con la imagen de las mil voces que propuso el informe MacBride (1980) como Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación.

La intención educativa de la comunicación

La vocación educativa de la comunicación popular es incuestionable. No se trataba sólo de un adjetivo, era una apuesta por transformar a los sujetos en contacto y participación, recuperando así los postulados de Paulo Freire. Íntimamente ligado a lo comunicacional como encuentro del sujeto con su realidad y consigo mismo, importaba promover procesos de liberación de manera pedagógica. Esta educación se perfiló, por lo tanto, como práctica de transformación. Quizá el valor más recuperable sería que se señaló que los receptores se educan a sí mismos en contacto con la comunicación, tanto en relación con los medios masivos como con los alternativos. No era una cuestión de enseñanza o didactismo sino de aprendizajes. En ese sentido, no podía dejarse la comunicación al ritmo espontáneo del encuentro con el público, sino que debía convertirse en todo un trabajo comunicativo de carácter formativo. Este aporte no siempre fue practicado con todas sus implicaciones.

Comunicación y desarrollo

A fines de la década de los 80 y comienzos de los noventa se transita del exclusivo y excluyente apoyo a los sectores populares a un compromiso mayor con un proceso social de cambio llamado *desarrollo*, que supuestamente redundaría también en estos sectores. Se relaciona así al sujeto con la acción social y política. Se debía incidir en los sistemas de gobierno, de ideas y necesidades sociales, para resolver problemas no sólo en el corto sino en el largo plazo, de manera sustentable y sostenible. Esta perspectiva continúa hasta hoy. Algunas ideas del *marketing* social fueron aplicadas de manera sumamente publicitaria, tergiversando el compromiso de la comunicación con el desarrollo, en la medida en que es un apoyo más instrumental y externo al cambio mismo.

La comunicación, de este modo, adquirió vigencia temática más precisa: productividad y pequeña empresa, género, ciudadanía, salud, medio ambiente, derechos humanos. Las recientes indagaciones en el campo municipal local le han dado a esta perspectiva comunicativa un compromiso concreto que, por otra parte, obtuvo gran relevancia, a tal punto que proliferaron las instituciones y organizaciones dedicadas tanto a la comunicación popular como a la relación entre municipio y comunidad ciudadana.

Un compromiso social con los sectores sociales populares

Como balance general podemos afirmar que éste fue el valor más significativo y rescatable. De esa manera la comunicación se hizo cargo de la desigualdad existente. Se trató de construir solidaridad con los sectores populares y otorgar participación y dignidad con sentido educativo. Incluso se logró, en muchos casos, pasar del compromiso con la palabra del pueblo a una propuesta más coherente y construc-

tiva del uso de los medios, para fomentar el diálogo entre la gente y con otros sectores sociales como segunda prioridad. Esto llevó a grandes aprendizajes culturales y a concepciones menos ideologizadas y más humanas del compromiso con los otros.

Así, podríamos hablar de la comunicación popular como un gran impulso ético y de responsabilidad con los más desposeídos, en diálogo participativo y para su liberación. Este es el gran rescate de una experiencia que sigue siendo viable en algunos de sus principios *valóricos* básicos, dentro de una línea de renovación.

La comunicación no fue un elemento accesorio ni un instrumento, era el lugar de los procesos de transformación. Si bien esta comprensión tiene algo de romántico, podemos destacar hoy que ésta se centró en una valoración de este campo por la comunicación misma. Es decir, que se apostaba por los diálogos que se lograban procesar y los enriquecimientos educativos que de allí surgían.

Deficiencias que superar

Presentamos estas deficiencias con el objetivo de *mapear* los conflictos e identificar los vacíos, un trabajo que nos llevará a repensar nuestros paradigmas comunicacionales.

Mirada segmentada de la realidad

Una comunicación que se encierra en un círculo imaginario

La importancia que adquirieron los sujetos debilitó la preocupación por una visión macro de la sociedad y su destino económico y político. No se analizaron con agudeza los cambios que venían ocurriendo. Los propios marcos teóricos —lejanos o en ruptura con las anteriores teorías sociales— no permitieron examinar las situaciones nuevas ni el futuro. La propuesta comunicativa no remarcó la trascendencia de integrarse a la sociedad, trabajando la idea de pertenencia o de inclusión sociocomunicativa. Más bien, esta perspectiva generaba sospechas. Se acentuaba por lo tanto la idea de "no contaminación" con otros sectores sociales y de mantener compromisos puros y radicales "entre los buenos" por fuera de la sociedad misma, cuyo sistema era de por sí cuestionable. Es decir, había que vincularse exclusivamente entre la "gente como uno", del mismo modo de pensar o entre agrupaciones similares, en los marcos de una comunicación diferente. No se previó la posibilidad de una integración definida en términos críticos y de desacuerdo. Frente a una sociedad injusta y autoritaria, se conquistaban espacios nuevos sin que, por otra parte, se consiguiese impactar en el conjunto.

Para muchos, la comunicación —y los medios— era el espacio de intervención preferencial. Se buscaba que ésta cambiase, sin establecer suficientes relaciones con la sociedad ni con sus viabilidades de innovación. La democratización y la participación debían ocurrir dentro de la acción comunicativa, casi como en una isla feliz. Se carecía de una propuesta seria, creativa y fundamentada utópicamente acerca de una democratización de la sociedad; más bien se dudaba de ella. En el mundo social y político los paradigmas se centraban sólo en la justicia. En los espacios comunicativos, paradójicamente, la participación era sentido y práctica al interior de la acción comunicativa con sectores populares. Se demostraba así una cierta dosis de incoherencia, pues en el campo del uso de medios sí se apelaba a prácticas democráticas, aunque socialmente sólo valiera la igualdad. La democracia parecía sostenerse sólo en la comunicación misma. Y justamente por ello, cuando se enarbola una nueva teoría radical sobre la democracia en la sociedad[1] la comunicación popular empieza a perder vigencia al verse descubierta como contrapuesta. Los últimos años, sin embargo, han significado un encuentro más consistente entre teoría social y comunicativa.

Este fue un movimiento eminentemente práctico, que cometió el error de ridiculizar y tomar distan-

cia frente a una reflexión teórica sobre esa relación cada vez más profunda entre comunicación y sociedad, construida además a partir de muchas armonías pero también de desencuentros y conflictos. Así, el círculo se cerró agotando antes de tiempo la importancia de una comunicación para el cambio.

Modelos intransigentes sobre cultura y ética popular

Un alejamiento del sujeto real y subjetivo

Esta etapa de compromiso y cercanía con los sujetos populares tuvo su contrapartida. Si bien se construían alianzas sociales y hasta políticas en las diversas comunidades, la comprensión sobre los sujetos se detenía sólo a mirar la problemática social objetiva y la capacidad organizativa del pueblo para construirse a sí mismo como sujeto colectivo. No se percibían los cambios culturales especialmente en el ámbito político; tampoco los procesos diversos de integración al sistema imperante, incluyendo el comunicativo. Y menos aún los cambios de valores reales e imaginarios que dibujaban otros modelos de sociedad no consecuentes con los de la comunicación y la educación popular. La propia vida cotidiana y los sentidos comunes en constante producción y reproducción llevaban a otros sentidos coherentes con las propuestas hegemónicas del poder.

Evidentemente, hay explicaciones que hoy nos hacen comprender tales cegueras del pasado. En primer lugar, descubrimos la preeminencia de una orientación cultural que miraba el pasado no como explicación del presente sino como rescate casi heroico de lo nativo en los pueblos, entendiéndolo como verdadero. Sus dinámicas de producción y transformación cultural eran en ese sentido congeladas. Se trabajaba una oposición tajante entre lo tradicional y lo moderno. Poco se insistió en el cambio cultural presente y en los proyectos de futuro. En la base estaba una comprensión esencialista de las identidades, tanto las de clase, etnia, género, nacionalidad, generación y otras, percibidas como casilleros fijos que cerraban la posibilidad de crecimiento y ductilidad. Estábamos ante un pensamiento confrontativo que comprendía la realidad de manera dicotómica, en blanco o negro, y consecuentemente una comunicación buena y auténtica frente a otra mala, extranjerizante. Toda una ideología romántica que puso poco énfasis en la complicidad vivida por el propio pueblo frente al poder. Los conflictos sociales se imaginaban como fenómenos externos a los sujetos oprimidos.

De allí que se diera tanto énfasis a los contenidos y mensajes emitidos, entendidos como verdades a divulgar, descuidando los aspectos comunicativos y culturales, esos que construyen relaciones, diálogos, formación de imaginarios y representaciones de la realidad diferentes. Nos referimos a la intrínseca relación existente entre fondo y forma, entre razón y creatividad, entre responsabilidad y libertad. El descuido por las estéticas y la narratividad de muchas experiencias evidencia estas carencias. Las formas eran reducidas a formatos normativamente consignados a ser *así o asá*.

A ello se añade una comprensión mecánica del cambio, entendido como la emergencia de una conciencia social en los sujetos capaz de hacer caer gobiernos e ideologías. Se apostaba a una educación crítica sin valorar la importancia de una conciencia propositiva y de innovación. Por ello, la única forma de relación con la realidad era la denuncia y la protesta, idealizada hasta nuestros días casi como una finalidad. No se trabajó la idea de las salidas a los problemas, del incremento de una ideología de la productividad, y de la promoción de una creatividad como experiencia emancipadora y de libertad.

La comunidad sobre el individuo

Se pecó de colectivismo. Atender y detenerse en el mundo de cada sujeto era caer en el individualismo. Se carecía de una propuesta de carácter individual en la noción de cambio, tanto en los sujetos, como en el campo de la recepción, más trabajada por institucionales dedicadas a la investigación. Dicha perspectiva, que oponía individuo a comunidad, trajo problemas e incomprensiones sobre las personas, sus tensiones o conflictos y su articulación con lo colectivo. Y simplificó lo comunitario entendiéndolo como agrupamiento para la demanda o la protesta.

Se desconocía cómo la modernidad occidental y el sistema de vida actual habían puesto el acento en un individuo reflexivo, que debía optar y decidir, pensar, soñar e imaginar, formular sus propias necesidades, resolver sus problemas sólo y con otros, integrase al mundo del trabajo y la productividad, pero pasando siempre por el matiz personal. Esto supone, de un lado, un ciudadano cargado de responsabilidades, pero también se redefine un sujeto más independiente, más individualizado, un *ciudadano-persona*. Esto, que en sí mismo no es negativo, casi se ignoró, y no se buscaron nuevos caminos de concertación entre *persona* y *colectivo*. Es probable que haya prevalecido una explicación sociológica estructuralista en esta percepción, donde lo psicológico aportaba poco a la teoría social.

Así, se trabajó poco una nueva idea de comunidad que admitiese sujetos profundamente activos y apelados por la innovación y la búsqueda de progreso. Lo colectivo era percibido como una renuncia a la deliberación personal, como la legitimación del bien propio. Si bien la sociedad puede estar eliminando la importancia de la solidaridad y el quehacer colectivo, quienes buscan otra propuesta de valores no supieron estudiar los cambios que estaban ocurriendo en los sentidos comunitarios, en las definiciones pragmáticas de las organizaciones populares, tan formales y a veces coercitivas. Menos aún tuvieron la capacidad de pensar otra idea práctica y axiológica de comunidad moderna.

El fenómeno comunicativo como encuentro placentero fue descubierto a medias, y en muchos casos se enarbolaron sólo tácticas de relación con los públicos, pero no verdaderos encuentros entre el mundo de la satisfacción, la creatividad y el cambio. Quizá por ello no se llegó a formular un manejo estético alternativo donde el solo encuentro del entretenimiento sea en sí mismo profundamente liberador. Curiosamente, muchos no comprendieron que el ser actor social en el propio territorio o situación de pugna, no es lo mismo que definirse como público de los medios, donde se tiende a coincidir o rechazar la oferta sin figuras contrapuestas. Son posicionamientos diversos que requieren de estrategias de apelación diversificadas, aunque reintegrables.

Una comunicación sin perspectiva pública ciudadana

Finalmente, planteamos la hipótesis de que la noción de comunidad no se ligó con la forma de entender un protagonismo más amplio, en la propia conformación de las naciones en la etapa de globalización. Predominaba aún la noción de comunidad territorial internamente coherente por sí misma, separando tajantemente lo nacional de lo extranjero. La noción de *país* y de *comunidad* amplia se fue perdiendo, y con ella la de *mundo* localizado, poniendo cercas al desarrollo de nuevas formas de ejercer lo colectivo. Los principios axiológicos tendían a ser defensivos y hasta conservadores, casi siempre simplistas.

El debate público y la formación de ciudadanía —que se configura lentamente y con muchos conflictos en nuestros países durante la segunda mitad del siglo— requerían de mucho apoyo. Esta perspectiva no se asumió porque el hecho de ver a los sujetos socialmente, impidió percibir su construcción como individuos miembros de una sociedad que también es política y mediática.

Quizá por ello, cada experiencia trató de intervenir de manera separada sin elaborar estrategias abarcadoras, articuladas y ejercidas en diversos espacios, en relación con la movilización y acción comunitaria. Tampoco se diferenció unos medios de otros. La integralidad de esfuerzos con otras áreas fue sólo metodológica, al incorporar o aplicar mecanismos de la comunicación popular en otros campos, sin

Cultura popular, narrativa e identidad

haber realmente construido una política educativa de confluencia.

Es decir, estuvimos en el interior de una perspectiva que protegía a los sectores populares y se recluía en las experiencias alternativas, aislándonos de los conflictos nuevos que planteaba una realidad cambiante, haciendo uso de viejas e intransigentes oposiciones. Una actitud más bien conservadora frente a los nuevos tiempos, que buscaba una marginalidad inconsciente. Sin embargo, fue y sigue siendo una experiencia rica, comprometida y participativa, profundamente ética, pero que exige rejuvenecimiento. Frente a ella no sólo podemos hacer críticas, también podemos recoger sus aportes e iniciar búsquedas prácticas, abordar reflexiones y búsquedas de sustento reflexivo tendientes a repensar la teoría social con la comunicativa.

Procesos inconclusos a ser recogidos por la investigación académica y comprometida

Sospechar o subvalorar la comunicación popular ha sido y es un fenómeno más o menos común en el mundo académico, salvo excepciones. Tampoco la universidad debió relacionarse con ese ámbito sólo desde el compromiso místico y la defensa afectiva. El reto es situarse justamente en la investigación y la reflexión teórica ligada a la práctica, desde el campo de la comunicación social actual y su futuro.

También es cierto que desde el campo de los comunicadores comprometidos ha existido una negación casi absoluta del quehacer teórico y una actitud contraria a la actividad intelectual del mundo universitario. Y en este desencuentro hay no sólo saberes y valoraciones en competencia, sino lógicas comunicativas de incomprensión mutua, unas argumentadas y otras no, pues se ponía el énfasis en los errores y no en las posibilidades de mutuo apoyo. Sin embargo, ya se han abordado rutas interesantes de cambio y acercamiento como, por ejemplo, el uso de la investigación por parte de organizaciones como la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER); el cúmulo de tesis universitarias sobre algunos aspectos de esta promoción social; o la incorporación en las universidades de cursos o áreas profesionales como comunicación y desarrollo, *marketing* social y la propia comunicación popular.

Se trataría de recuperar información y convertirla en conocimiento. Las facultades y escuelas universitarias de comunicación se han dedicado preferentemente al análisis de los medios, muy poco al balance y las características históricas de las propuestas comunicativas alternativas, de las apuestas de cambio en camino. Han quedado interrogantes por resolver y se nos plantean retos que debemos examinar teórica y pragmáticamente. Algunos de ellos podrían ser:

- ¿Cuál es la relación (parecidos, diferencias y antagonismos) entre la comunicación masiva y la alternativa? ¿Cómo la reciben los sujetos que las consumen? ¿Qué operaciones de síntesis y aplicación logran hacer? ¿Qué nivel de impacto tienen ambas en la sociedad latinoamericana?
- ¿Cuáles han sido los puntos de partida y los procesos de cambio vividos en el campo de la comunicación popular?
- ¿Qué tipo de comunicación es la que se vive en los barrios? ¿Cómo convive ésta con la comunicación masiva nacional y la globalizada? ¿Hay interconexión o sólo superposición?
- ¿Cómo recuperar los sentidos, estilos e imaginarios de los sectores populares para convertirlos en una nueva propuesta de acercamiento a los medios masivos? ¿Cómo lo popular puede irrumpir en lo masivo haciéndolo liberador?
- Respecto de la conexión entre comunicación participativa y comunicación política. ¿Cuáles son los sentidos que se requieren para combatir la apatía y la indiferencia frente a la política? ¿Cómo relacionar proyecto social con proyecto político? ¿Cómo ligar desarrollo y justicia con democracia?

- La educación impartida a través de capacitaciones, talleres, cursos o escuelas para los comunicadores populares y sobre la cual hay muchos avances en el nivel pedagógico y participativo, ¿valieron la pena? ¿Qué transformaron y cómo es posible enganchar con la educación más estructural y formal? Realmente ¿se han mejorado las prácticas y las lógicas de producción llegando a la sensibilidad de la gente?

Hacia nuevos paradigmas

Una comunicación ciudadana para otra sociedad justa y solidaria

El reto nos queda grande. Pero en una sociedad tan comunicativa como la actual, donde no es posible la vida económica ni cultural ni política sin la intervención mediática, nos lleva a priorizar la comunicación como un quehacer altamente estratégico que se recoloca en el centro visible de la búsqueda de una sociedad distinta, desde un nuevo paradigma comunicacional. Nuestra propuesta es que la comunicación popular sea un referente sumamente rico para incorporar en las nuevas tareas sociales y políticas que tenemos por delante, invitándola a formar parte de una nueva búsqueda de sentidos utópicos. En ese sentido, proponemos algunos ejes temáticos de reflexión. Y luego señalaremos algunos *tránsitos* que debemos hacer para *arribar* a nuevos modelos.

Una ciudadanía de otra democracia radical

Si bien el concepto de ciudadanía fue creado por el liberalismo tradicional, hoy se está dando cita una producción teórica interesante. Desde el ámbito de la filosofía política se recogen principios democráticos y se destaca la importancia del sujeto individual, pero reivindicando la idea de comunidad, así como la importancia de recuperar el horizonte de la justicia social. Esta producción está dando origen a nuevos sectores de compromiso con una sociedad de cambio (comunitaristas, socialistas liberales, liberales socialistas y demócratas radicales). Dentro de ese espíritu nos ubicamos proponiendo la gestación de ciudadanía como un horizonte nuevo para la comunicación, comprometida con la emancipación de nuestros pueblos.

Proponemos algunas definiciones básicas de ciudadanía para un futuro mejor, en el que se equilibre el interés y protagonismo individual con el colectivo. Sabiendo que existen énfasis diferentes (López 1997) y clásicos (precapitalistas), repensamos la idea de ciudadanía así:

- Ciudadanía es igualdad legal, social y humana; en primer lugar, supone consideraciones y tratos mutuos de respeto y consideración igualitaria. Pero también significa hacerse cargo del conflicto existente entre los principios y la realidad. Es, por lo tanto, hacerse responsable de la desigualdad social existente en nuestros países, estableciendo priorizaciones de problemas, donde esta desigualdad sea un elemento determinante. Es recuperar para la democracia la idea de justicia. Por ello, en este significado, la pobreza sí es noticia y materia de comunicación.
- La ciudadanía es pertenencia activa. Los derechos y obligaciones que todo ciudadano requiere forman parte de una ligazón con la ciudad, el país y el mundo, que pasa por sentirse y comportarse como parte fundamental de la sociedad, mereciendo respetos y generando responsabilidades. La dinámica de los derechos, sola, promueve integraciones individuales de carácter defensivo. Igualmente, una participación responsable exige respeto por tales derechos. Pero pertenecer no significa sumisión ni estar de acuerdo con el sistema existente. Es una incorporación a la sociedad que puede ser más bien incómoda y crítica, siendo minoría y disidencia que exige consideración. Ello nos compromete con una comunicación más bien ligada al debate.
- La ciudadanía supone compromisos conciudadanos con los otros. Toma en cuenta la impor-

tancia de lo común (Arendt 1993), de lo que es construcción de acuerdos, de la creación de redes, espacios y comportamientos de solidaridad, de la conformación de esferas públicas. Una comunicación que busque estos diálogos y fomente empoderamientos colectivos planteará de otra manera la idea de comunidad, ligada a las libertades e independencias individuales, en una política de continuos acercamientos y compromisos colectivos. Todo ciudadano tiene un saber y su propia verdad, se trata más bien de construir una solidaridad colectiva que signifique eficacias y productividades concretas en la gestión local y masiva.

- Finalmente, quisiéramos plantear que no hay un solo modelo o prototipo de ciudadano de primera desde el que habría que juzgar a cada poblador. Más bien se trata de admitir que hay procesos diferentes de acercamiento a la ciudadanía, con rutas de desarrollo a veces poco previstas. Se hace necesario *re-conocer* a esos ciudadanos concretos existentes, comprender la cultura política que han venido conformando, indagar sobre lo andado, para desde allí abonar en propuestas participativas, educativas y de diálogo. Se trata de indagar los nudos conflictivos de la construcción de ciudadanía para desde allí adecuar los métodos de trabajo y la educación ciudadana.

Los nuevos retos públicos

Le toca a la comunicación la promoción del debate público dentro de un modelo comunicacional que busca la creación y mantenimiento de "redes de diálogo y producción simbólica", diferenciándose del modelo del *marketing* publicitario (sin negar algunos usos importantes del mismo) y del modelo difusionista, centrado en la transmisión de información.

Se trata de definir una comunicación que se coloque en el centro de la creación y el mantenimiento de lo público en un sentido constructivo, entendido como intereses, espacios e imágenes comunes, que garanticen una democracia culturalmente vivida; es decir, asumida como valor y práctica, sabiendo que entre consumo y ciudadanía se gestan hoy articulaciones significativas y que la democracia se relaciona mucho con los medios porque mediante ellos se visibiliza el poder.

Desfilan así nuevas líneas de trabajo tales como la producción amplia y concertada de la agenda pública; la organización de un debate plural que garantice escucha y respeto y llegue a construir consensos, identificando disensos clave para el aprendizaje y el ejercicio democrático; la organización de relatos simbólicos, que recuperen la vida e historia cotidiana y los conflictos del ser ciudadano hoy; discusiones y producciones que alimenten las decisiones ciudadanas a tomar y abran otros espacios de participación; que se forme una demanda de calidad a los medios que pueda ejercer vigilancia sobre ellos; que los programas políticos cambien totalmente, siendo interesantes y no banales. Es decir, una comunicación que cree y recree lo público en relación con sus públicos ciudadanos. Una comunicación que *testee* el poder y ayude a forjar otros equilibrios, *empoderando* al ciudadano.

Ello pasa por organizar un foro público permanente y por incorporar a los sectores populares como protagonistas importantes, aunque no exclusivos, y cuyos temas recojan sus problemáticas y apunten a la inclusión social. Esta tarea no es sencilla, pues no sólo es política, sino que también significa una transformación de las narrativas y estéticas de comunicación de manera que posibiliten una expresión y un diálogo plural y creativo. Se trata de inducir un encuentro de la sociedad consigo misma y con el futuro a buscar.

Inclusive, las dimensiones educativas de carácter ciudadano por incorporarse no sólo deben estar presentes en los medios, también en las prácticas directas de la población, moviendo a la sociedad en su conjunto.

Tránsitos por definir

En medio del camino está el proceso de transformación de una comunicación popular a otra más ciudadana y de la comunidad hacia su incidencia en el poder. Nos parece relevante el levantar algunos ejes de cambio en sentido de *tránsito*. Señalamos algunos pasos a dar que invitan a la producción práctica y teórica colectiva, tales como:

- Del sujeto popular al ciudadano *empoderado* y por lo tanto participante de la sociedad y el Estado.
- Del espacio territorial comunitario a la generación de esferas públicas varias, movibles y entrelazadas: local, regional, nacional, abierto al mundo. Lo nacional como engranaje: justicia interna, recomposición de ubicación en el mundo.
- Del mundo individual a los sentidos de comunidad, renovando definiciones institucionales. Establecer tipos diferentes de comunidad por promover y articular. Los medios las promueven, no las sustituyen. Éstas pueden ser organizativas, de consumo, de interpretación, de intereses, entre otras.
- De la comunicación alternativa o popular a la mediática, colocando el tema de la comunicación misma como parte de la agenda pública.
- De la producción de medios locales o educativos a la observación y vigilancia ciudadana de lo mediático masivo. El derecho de los receptores ciudadanos a opinar, juzgar, proponer, vigilar e informarse.
- Del periodismo independiente y comprometido a nuevos modelos y roles del periodismo en etapas de transición y transformación social.
- De la libertad de expresión de los medios a la del consumidor, ética del equilibrio, democratización.
- De la comunicación para la lucha a aquella que busca el desarrollo y la justicia, a diferentes niveles: en lo local desde el lugar donde se vive hasta la ubicación en el mundo y lo virtual; de la alternativa a la mediática utilizando el *marketing* pero trascendiéndolo; uniendo lo social con lo político.
- De la recuperación de las culturas y la memoria popular a la participación para la producción cultural universal, pasando por el reconocimiento de sujetos y espacios varios.
- De la explicitación de ideas innovadoras o contrahegemónicas al fomento de una cultura deliberativa y propositiva para el cambio.
- De la visibilidad de la palabra popular a la gestación de influencias en decisiones: *empoderamiento*.
- De la preocupación por los contenidos a la exigencia de calidad ética y estética en la comunicación.

Y podríamos seguir nombrando otros tránsitos que nos ubiquen en el mundo de hoy, aunque no parezca necesario. La esperanza deberá ser una búsqueda, pero de muchos. Las nuevas voluntades de cambio serán menos ambiciosas pero más profundas y exigentes. La reflexión académica tendrá que nutrirse de la acción y las evoluciones que la práctica dice o produce desde nuevos y viejos discursos. Estamos inaugurando otra forma de convivencia, pensante, democrática e incluyente, profundamente articuladora y generadora de una sociedad comunicativa basada en la equidad y en el encuentro cotidiano de lo común.

Notas

1 Nos referimos al movimiento de demócratas radicales que se fue gestando en Europa y América Latina, presentado por autoras como Adela Cortina (1995, 1997a, 1997b) o como Chantal Mouffe.

Bibliografía citada

Alfaro Moreno, Rosa María (1986). *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*. Lima, Calandria-Tarea.

Alfaro Moreno, Rosa María (1988). "Participación para qué: un enfoque político de la participación en la comunicación popular" en *Diálogos*, 22. Lima, FELAFACS.

Alfaro Moreno, Rosa María (1993). "Una comunicación para otro desarrollo" en *Calandria*. Lima.

Arendt, Hannah (1993). *La condición Humana*. Barcelona, Paidós.

Cortina, Adela (1997a). *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid, Alianza Editorial.

Cortina, Adela (1997b). *El mundo de los valores. Ética y educación*. Bogotá, Editorial El Búho.

Cortina, Adela (1995). *Razón comunicativa y responsabilidad solidaria*. Salamanca, Ediciones Sígueme.

Conill, Jesús y Cortina, Adela (1998). *Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial*. Bogotá, Fundación Social, Siglo del hombre Editores.

MacBride, Sean y otros (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. México, FCE.

La tradicional comunicación para el desarrollo

Extracto de *Televisión y cultura del protagonismo*

Valerio Fuenzalida Fernández

Desde la década de los 50 y hasta los 70, por unos 25 años, la comunicación para el desarrollo trabajó de varias maneras. Algunas aproximaciones solo privilegiaban la multiplicación de canales tecnológicos (radio y TV) como un factor modernizante *per se*. También se practicó la comunicación para promover los valores y actitudes de "una personalidad moderna", considerada como una estrategia educativa indispensable para contribuir al cambio social. Substantivamente se trabajó con el medio radial y con la capacitación grupal, dirigida en especial al sector rural de los países subdesarrollados en América Latina, Asia y África, para promover lo que se llamaba entonces el "extensionismo" o la "difusión de innovaciones tecnológicas". La finalidad era modernizar la agricultura extendiendo las innovaciones de la época, como nuevas y mejores semillas, uso de fertilizantes, empleo de agroquímicos para el control de plagas, técnicas de mejor manejo del suelo, del riego, prevención de la erosión, etc.

En el esquema del difusionismo, los comunicadores eran los técnicos y expertos que enseñaban a los grupos de campesinos, o usaban programas radiales para charlas extensionistas. Se trabajaba bajo el supuesto de la omnipotente afectación de los mensajes comunicacionales, esto es, los contenidos de los mensajes serían altamente efectivos sobre la conciencia y la conducta de la audiencia. Sánchez Ruiz (1986) destaca la incongruencia de que mientras en Estados Unidos los teóricos sustentaban la tesis del refuerzo como la influencia social más destacada de la comunicación, en la misma época los expertos de Estados Unidos en el exterior afirmaban la poderosa eficiencia transformadora de los medios. Bajo la teoría de la omnipotencia, la evaluación de su real influencia en la audiencia o de la forma de contactarse mejor con la gente, era considerada una cuestión ociosa e inútil.

En la década de los 80 se produjo una importante bibliografía que sistematizó históricamente la temática de la Comunicación para el Desarrollo (White 1988; Communication Research Trends, Vol. 9, Nº 3,1988/89; Sánchez Ruiz 1986; Media Development, Vol. XXXII, 4/1985; Kunczik 1985, 1992; Pavlic-Hamelink 1985; Hornik 1980; Pratt y Manheim 1988). Muchos esfuerzos de la estrategia de comunicación extensionista fueron prolijamente evaluados y los resultados demostraron muy a menudo la desmotivación ante las emisiones que anunciaban los beneficios de la adopción de las modernas tecnologías. La comunicación difusionista se vio sorprendida por la profunda resistencia, el desinterés y la despreocupación de los sectores supuestamente beneficiados por esa comunicación (Samarajiva-Shields 1990; McAnany 1980, 1984). Según Luis Ramiro Beltrán (1977), la evaluación de los estudios de difusión agrícola en América Latina muestra que

> «entre los campesinos de Latinoamérica la influencia de los medios masivos en la adopción de innovaciones es mínima o nula en casi todas las etapas del proceso».

Frente al optimismo de las décadas de los 50-60, la evaluación de la comunicación para el desarrollo concluye que actualmente no existe un modelo canónico, con amplia aceptación colectiva, para el tratamiento comunicacional de los temas del desarrollo, la pobreza y el incremento de la calidad de vida. Michael Kunczik (1985) en *Communication and Social Change* ha efectuado un exhaustivo examen de las diversas conceptualizaciones operantes en las últimas décadas; el libro ofrece, en cambio, muy pocas proposiciones positivas para el futuro, lo cual es un indicio del empantanamiento en la cuestión. Las mismas agencias internacionales especializadas en este tipo de comunicación se muestran repetitivas de esquemas agotados, con lo cual sus ejecutivos superiores les recortan los fondos disponibles; las más lúcidas reconocen la crisis y rastrean los países en busca de conceptos innovadores. La gravedad de este vacío conceptual y formal es que introduce un escepticismo disuasivo, y refuerza las tendencias a expulsar de la *TV broadcasting* la temática relativa al desarrollo y a la pobreza.

Protagonismo social

El protagonismo dramático

La valoración del protagonismo social, es decir de la *capacidad de actuación de los grupos sociales para superar sus problemas de pobreza*, es un factor que ha sido nuevamente apreciado en los últimos años como decisivo para el desarrollo.

El concepto de protagonismo está tomado de la teoría dramática expuesta en *La Poética* por Aristóteles, que tiene al menos dos virtudes para nuestro propósito.

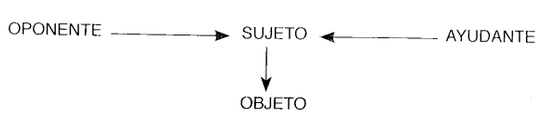
Primeramente, el escenario habitual en la vida humana, personal y social es concebido como un conflicto dramático, con energías en pugna, con dinamismos internos que pueden alterar la situación existente. La palabra drama, explica el mismo Aristóteles, se deriva de un verbo del griego dórico (*dran*) cuyo significado es actuar; drama significa primariamente acción, actuación transformadora.[1] El escenario dramático presenta conflictos fluidos

Alfaro, Rosa María (1999). "Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones" en Daza Hernández, Gladys (comp.) *¿Participación social en los medios masivos?* Medellín, Fundación Konrad Adenauer y Universidad Pontificia Bolivariana, Corporación Universitaria Minuto de Dios. Reproducción autorizada por la autora.

en tanto pueden desencadenarse energías de transformación; tal concepción dinámica se opone a una concepción estática, rígida e inalterable. Según esta concepción dramática, la pobreza y los males sociales del subdesarrollo constituyen un escenario socioexistencial de adversidad que, en tanto dinámico, puede ser transformado.

En segundo lugar, la concepción del conflicto dramático destaca la transformación situacional por obra del protagonista, actor interno en el escenario dramático, quien asume iniciativas con actividades que dinamizan y alteran la condición socio-existencial.

La reelaboración efectuada por Greimas (1973) del esquema básico aristotélico hace complejo el conflicto dramático enriqueciéndolo con nuevos actuantes, es decir categorías de actores. Para Greimas, la acción primaria del protagonista se desplaza hacia la búsqueda de un objeto a lograr. En esa búsqueda activa se enfrentará a las fuerzas antagónicas y obtendrá también la ayuda de actuantes auxiliares.



En el esquema de Greimas queda más nítido que la iniciativa del protagonista tiende primariamente a la obtención de un objeto valorado como digno de ser logrado. La lucha y el conflicto dramático se desenvuelven primariamente en torno a una situación o una condición de adversidad que es preciso superar a través de la acción del sujeto protagonista. La adversidad al enfrentar transformadoramente puede ser natural, como un terremoto o sequía; adversidad social, como la privación económica o cultural; adversidad personal, como una discapacidad o un accidente. Las fuerzas opositoras a esa transformación constituyen el actuante antagonista; pero también aparecen fuerzas y energías positivas en el actuante ayudante, que el sujeto deberá articular en su lucha para obtener su objeto.

La teoría del protagonismo dramático releva a la sociedad como un escenario dinámico, en oposición a una cultura estática, de pasividad fatalista y resignada a la situación de adversidad existente.

Entonces, el protagonismo sería una fuerza endógena para acometer tareas, en lugar de colocar la lucha por la resolución de los desafíos de la adversidad en actores externos.

Por el contrario, descargar hacia agentes externos la resolución de los problemas lleva a una actitud de desconfianza en las propias fuerzas grupales y hacia una cultura asistencialista y paternalista; en esta cultura —efectivamente existente en muchos países y en determinados segmentos sociales— se genera el sentimiento de la propia impotencia, de la desesperanza y del desamparo (Kunczik 1992).

Asimismo conduce, al revés, hacia la fantasía acerca del poder mágico para disponer de recursos ilimitados que tendrían los agentes externos, habitualmente autoridades políticas, administrativas, eclesiales, etc. En esta autopercepción de victimización e incapacidad, la llave para superar la pobreza no estaría en el propio protagonismo sino en la cercanía con la benevolencia de esos agentes todopoderosos y dotados de enormes recursos.

Al destacar el protagonismo social, el factor humano aparece más relevante, o al menos tanto como otro factor que recientemente ha vuelto a considerarse central en los procesos de desarrollo: nos referimos a la información. Es hoy un lugar común decir que vivimos en la sociedad de la información y del conocimiento, y se nos asegura que una alta disponibilidad social de información resolvería los problemas de pobreza y desarrollo. Si se acepta este reavivado planteamiento difusionista de información, la contribución de la TV al desarrollo debería dirigirse en este sentido diseminador. Pero este planteamiento no recoge la experiencia de los años 50-60, en la cual se dijo exactamente lo mismo que ahora pero empleando expresiones como "difundir información tecnológica",

"extender el conocimiento" etc. Como se indicó antes, importantes esfuerzos de comunicación tuvieron muy poco impacto, en gran parte porque se omitió el factor humano: el actor o sujeto con capacidad para manejar el conocimiento y la información. Adicionalmente, treinta años más tarde esas tecnologías vinieron a demostrarse de una alta contaminación y destrucción agresiva de los recursos naturales.

Por tanto en la nueva óptica, más que difundir información al viento, es preciso focalizarse en incentivar la capacidad protagonista de los actores sociales, los cuales, entre otras cosas, también actuarán para activamente buscar, discriminar y hacer uso ecológicamente amistoso de la información útil a sus necesidades.

Nuevo contexto

Es preciso destacar que la revalorización del protagonismo social como un factor indispensable para el desarrollo ha surgido en un nuevo contexto sociocultural.

En efecto, la evaluación de muchísimos fracasos "modernizadores" ha llevado en primer lugar a hacer compleja la concepción del desarrollo (Goran 1982, Media Development 1985, White 1988); éste ya no se puede reducir a la simple dimensión de innovación tecnológica para una mayor disponibilidad de bienes materiales, sino que involucra también dimensiones educativas y culturales, de organización social y profundización de la democracia, de productividad y equidad.

El desencanto con la ineficiencia del estatismo socialista o populista y la cruel experiencia con el Estado dictatorial latinoamericano también han contribuido a una revalorización del protagonismo e iniciativa de los diversos grupos que constituyen la "sociedad civil".

En este nuevo contexto, es difícilmente convincente una ideología que justifique la expropiación del protagonismo social por parte de una minoría dirigente autoritaria, supuestamente omnisciente de las leyes acerca del desarrollo e infalible en su planificación.

La teoría de la dependencia también ha sido enjuiciada críticamente pues habría hipervalorado los factores externos como constrictores del desarrollo de un país o una región y habría sido incapaz de movilizar las energías y recursos endógenos de una sociedad.

Esta revalorización del protagonismo social es convergente con el aprecio de la Doctrina Social de la Iglesia por el positivo rol de los "grupos intermedios". Además de la familia, pertenecen a este nivel intermedio los grupos económicos, sociales, políticos y culturales, dotados de su propio ámbito de autonomía e iniciativa; tales grupos intermedios son llamados por Juan Pablo II «la subjetividad de la sociedad» y son básicos para construir una auténtica democracia, pues constituyen estructuras que refuerzan la solidaridad del tejido social, la participación y la corresponsabilidad (Centesimus Annus Nº 13, 46 y 49). La postergación, y peor aún, la represión del protagonismo de la persona, en sus múltiples dimensiones económicas, sociales y políticas, estaría en la raíz de muchos fracasos de planes o sistemas de desarrollo, según Centesimus Annus (Nº 24).

En la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Social, el presidente de Francia, François Mitterrand (1995), exponía ideas semejantes:

> «En fin [...] no se puede construir la felicidad de los hombres sin los mismos hombres. Es necesaria la movilización de todos.
>
> «No olvidemos que ninguno de los países más avanzados habría conocido el nivel de desarrollo de que ahora disfruta sin la existencia de una vida democrática, de partidos políticos, de organizaciones sindicales y patronales, de asociaciones, es decir, de trabajo en común, del cual no debería excluirse a ninguna categoría social. Esto es lo que nos queda por hacer».

En los nuevos conceptos sobre la superación del subdesarrollo y la pobreza, aparece central el protagonismo y el actuar articulado de estos grupos o cuerpos intermedios de la sociedad. Así parece superarse tanto el individualismo desolidarizado del resto de la sociedad como el estatismo que reprime la iniciativa individual y grupal.

Necesidades de la gente y calidad de vida

El protagonismo grupal requiere también de un contexto atento a las necesidades y motivaciones, tal como son percibidas y sentidas por los propios grupos sociales.

Mientras en los modelos de desarrollo burocráticos, estatistas y tecnocráticos lo que cuenta finalmente es la definición de metas y objetivos por parte de los planificadores, con exclusión de la percepción subjetiva de los grupos, el desarrollo protagonizado por los grupos sociales supone una valoración de sus propias percepciones acerca de sus necesidades y prioridades.

En este nuevo contexto, los indicadores objetivos de "nivel de vida" se combinan con las percepciones subjetivas de bienestar y satisfacción:

> «En un tiempo, lugar y sociedad dados, las necesidades son culturalmente definidas; es por ello que la calidad de vida es muy relativa, y lo que es benéfico para un grupo de gente puede ir en detrimento de otro [...]. Este razonamiento implica que los estudios sobre calidad de vida de determinadas personas o determinado lugar geográfico deben estar basados en su propia concepción de bienestar» (Palomar 1994).

Las conceptualizaciones, entonces, acerca de la calidad de vida son variables y tienden a privilegiar o, por el contrario, a postergar diferentes indicadores. Para la ONU el concepto de calidad de vida comprende nueve indicadores:

1) salud,
2) alimentación,
3) educación,
4) ocupación y condiciones de trabajo,
5) condiciones de vivienda,
6) seguridad social,
7) vestido,
8) recreación,
9) derechos humanos.

Para otros autores, la calidad de vida comprende 15 componentes:

1) bienestar económico,
2) bienestar físico y salud,
3) relaciones con parientes,
4) tener y criar hijos,
5) relaciones de pareja,
6) amigos cercanos,
7) actividades cívicas y sociales,
8) actividades políticas,
9) desarrollo personal,
10) conocimiento personal,
11) trabajo,
12) expresión personal y creatividad,
13) socialización,
14) actividades de recreación pasiva,
15) actividades de recreación activa (Palomar).

La atención a las percepciones culturales y a las necesidades subjetivas de la gente ha configurado este importante cambio de conceptualización según la cual el objetivo final del desarrollo es procurar calidad de vida a la población. Esta nueva conceptualización no solo toma en cuenta los indicadores tradicionales como la salud, nutrición, vivienda, trabajo, educación, seguridad social, sino que integra indicadores afectivos, sociales y estéticos, como matrimonio, hijos, creatividad y desarrollo personal, autoestima, competitividad profesional, pertenencia, vida social y cívica, placer y recreación, vida artística y espiritual...

Condiciones para el protagonismo social

El protagonismo de los grupos sociales implica valorizar ciertos factores que incrementan la posibilidad de su efectiva existencia.

Autoconfianza

Un primer factor es el aprendizaje de una actitud interna que se ha denominado *autoconfianza (self-reliance)*, la cual es básica para emprender iniciativas grupales. La autoconfianza es una compleja actitud, la cual se encuentra muy bien expresada en el siguiente texto evaluativo de una experiencia desarrollada por grupos comunitarios de base:

> «Confianza en sí mismos, orgullo, dignidad y un fuerte sentido de su capacidad de lograr resultados, de "poder hacer" se reflejaba en las caras, la postura física y la conversación de los líderes comunitarios, las madres y las profesoras de preescolar capacitadas localmente, mientras caminaban la corta distancia que separa a dos centros preescolares administrados por la comunidad en el barrio Tres Ave María cerca de Barranquilla» (Chetley 1990).

La autoconfianza no es solo motivación y determinación para actuar protagónicamente, es también autodignidad y conciencia de una capacidad para efectivamente lograr resultados.

Es el resultado de una educación, una capacitación, una cultura, que dignifica y capacita transfiriendo "saber y poder hacer".

> «He ahí la deseada cultura —dice Juan Pablo II— que hace aumentar la confianza en las potencialidades humanas del pobre, y por tanto, en su capacidad de mejorar la propia condición mediante el trabajo y contribuir positivamente al bienestar económico» (Centesimus Annus Nº 52).

La autoconfianza no puede ser confundida con una autosuficiencia, aisladora o excluyente de otros grupos y sus iniciativas. Por el contrario, es la base de la capacidad para negociar y articular los propios intereses con otros grupos y con los recursos de agencias políticas, económicas, culturales y profesionales.

Factores éticos y culturales

Un reaprecio de los factores éticos y espirituales, tanto personales como grupales, aparece como un *background* cultural estimulador del protagonismo grupal para el desarrollo. Estas condiciones han sido nuevamente atendidas ante los fracasos desarrollistas en países culturalmente muy alejados de Occidente, como los países árabes, africanos y asiáticos.

> «Si las teorías y estrategias de desarrollo social son separadas de los fundamentos espirituales y culturales de la vida humana —como lo han sido crecientemente en un mundo hipertecnocrático e hiperprogramado— corremos el riesgo de decadencia social y autodestrucción. Esto se manifestará en formaciones sociales totalitarias, aceleradoras de conflictos globales entre poderes centrales competitivos, y entre centros y periferias, conduciendo a seguras destrucciones mutuas... Un destino común global exige una conciencia común global» (Tehranian 1985).

La revalorización del *ethos* social es considerada ahora condición básica para movilizar el desarrollo nacional y no se estima suficiente la mera modernización técnica y diversas transformaciones estructurales:

> «Se requerirá no solo buena técnica y cambios estructurales, sino un *ethos* social que valore el ahorro, el esfuerzo, la responsabilidad, la tolerancia, la innovación y la solidaridad» (Ramos 1990).

En palabras de Juan Pablo II (1987) en su visita a la Comisión Económica para América Latina (CEPAL):

> «Las causas morales de la prosperidad son bien conocidas a lo largo de la historia. Ellas residen en una constelación de virtudes: laboriosidad, competencia, orden, honestidad, iniciativa, frugalidad, ahorro, espíritu de servicio, cumplimiento de la palabra empeñada, audacia; en suma, amor al trabajo bien hecho. Ningún sistema o estructura social pueden resolver, como por arte de magia, el problema de la pobreza al margen de estas virtudes».

Pero la revalorización de los bienes espirituales aparece no solo como factor impulsor del desarrollo sino también como meta por lograrse. Según David Gallagher (1995) el nuevo posliberalismo inglés se caracteriza justamente por considerar insuficiente e

insatisfactorio el disfrute de los bienes proporcionados por el mercado, no para suprimirlo sino para complementarlo con la riqueza interior que es deparada por la cultura humanista, la religión, el arte, o el aprecio por el cultivo de las flores...

El traslado del protagonismo desde las burocracias hacia los sujetos y grupos sociales ha traído este nuevo interés por los aspectos subjetivos que fundamentan el actuar socioeconómico humano, tales como se expresan en la cultura, los valores espirituales y las energías éticas para la acción.

Notas

1 La palabra dramático/a originalmente significa una *enérgica acción transformadora* por parte de un actor protagonista; por derivación significa las *emociones intensas* desencadenadas por esta acción. En el uso habitual prima esta segunda acepción y tiende a esfumarse el significado original, que es el que se rescata en este texto.

Bibliografía citada

Beltrán, L. R. (1977). "La investigación en comunicación en Latinoamérica, ¿indagación con anteojeras?" en *Revista Órbita* Nº 21. Caracas.

Chetley, A. (1990). *El poder de cambiar. La experiencia del Proyecto Costa Atlántica de Colombia (1977-1989)*. La Haya, Fundación B. van Leer.

Communication Research Trends (1988/89). *Communication and Development*. Vol. 9 Nº 3. London, Educational Broadcasting.

Gallagher, D. (1995). "Hacia el futuro posliberal" en *El Mercurio*, 9 de junio.

Goran, H. (1982). *Communication and Social Change in Developing Nations. A Critical View*. Iowa, Iowa State University Press.

Greimas, A. J. (1973). *Semántica Estructural*. Madrid, Gredos.

Hornik, R. (1980). "Communication as Complement in Development" en *Journal of Communication*, Vol. 30, Nº 2.

Juan Pablo II (1987). Discurso en la CEPAL. Santiago de Chile, 3 de abril.

Kunczik, M. (1985). *Communication and Social Change*. Bonn, Friedrich Ebert Stiftung.

Kunczik M. (1992). *Comunicación y Desarrollo*. Bonn, Friedrich Ebert Stiftung.

Media Development. (1985). Vol. XXXII/4 *Communication for Development*. London, WACC.

Mitterrand F. (1995). "Nuestro Mundo merece ser repensado" en Revista *Mensaje*, Vol. XLIV, marzo-abril. Santiago de Chile.

Palomar, J. (1994). "Algunas conceptualizaciones sobre la calidad de vida" en *Umbral XXI*, Nº 16. México.

Pavlic, B. y Hamelink, C. J. (1985). *The New International Economic Order: Links between Economics and Communications*. Paris, UNESCO.

Pratt, C. B. y Manheim, J. B. (1988). "Communication Research and Development Policy: Agenda Dynamics in an African Setting" en *Journal of Communication*, Vol. 38, Nº 3.

Ramos, J. (1990). "La tercera vía de desarrollo hoy: ¿conjunto vacío, sueño nostálgico, o desafío aún vigente?" en *Estudios Sociales*, Nº 66. Santiago de Chile, CPU.

Sánchez Ruiz, E. (1986). *Réquiem por la modernización*. México, Universidad de Guadalajara.

Tehranian, M. (1985). "Paradigms lost: development as communication and learning" en *Media Development*, Vol. XXXII, 4. London.

White, R. A. (1988). *Media, Politics and Democracy in the Developing World*. London, CSCC.

Fuenzalida Fernández, Valerio (1999). "Televisión y cultura del protagonismo" en Sunkel, G. (comp.) *El consumo cultural en América Latina*. Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello. Reproducción autorizada por el autor.

El discurso de la cultura popular y el desarrollo: repensando la educación-entretenimiento desde una perspectiva participativa

J. Douglas Storey

La literatura sobre la comunicación para el desarrollo está repleta de argumentos persuasivos en contra de la comunicación positivista. Muchas de estas críticas retratan a los medios de masas y la comunicación planificada como especies de monólogos de las fuerzas ricas en recursos y política y económicamente aventajadas de la sociedad cuyo objeto es dirigir la trayectoria del cambio social. Si bien es cierto que la comunicación de arriba hacia abajo ha sido el modo dominante históricamente, las teorías emergentes sobre el discurso y la cultura popular —aunque rara vez aplicadas al contexto del desarrollo— sugieren que se necesita reexaminar las relaciones entre medios, audiencias y cambio social, y reevaluar los usos de la comunicación para el desarrollo. En suma, las teorías del discurso y los estudios culturales sugieren que hasta los sistemas de comunicación más autoritariamente dirigidos son más participativos de lo que se conceptualizaba anteriormente.

La *educación-entretenimiento*, el uso de formas populares de entretenimiento —por ejemplo las radio y telenovelas, el teatro popular y la música popular, como vehículos de información, roles modelos, y recursos conductuales en programas de cambio social— es uno de estos casos. La educación-entretenimiento tradicionalmente se ha alimentado de las teorías científico-sociales de la comunicación y el cambio conductual dirigidas a la predicción y maximización de las respuestas conductuales específicas deseadas por los diseñadores de un programa. Aunque algunos proyectos de "edu-entretenimiento" utilizan medios comunitarios para fomentar el activismo popular (Conquergood 1988), la mayoría son producciones —de alto perfil— de los medios masivos, con objetivos explícitos de cambio de actitud y comportamiento definidos por las organizaciones donantes y ejecutoras y poca participación visible de los presuntos beneficiarios previstos. La "participación" popular en estos proyectos normalmente adopta la forma de estudios de la audiencia durante la fase de diseño del mensaje y el correo que los *fans* envían a la estación emisora.

Sin embargo, las teorías del discurso y la cultura popular sugieren que la educación-entretenimiento podría tener una dimensión participativa pese a sus orígenes utilitarios y positivistas. La cultura popular, el dominio dentro del cual opera por definición la educación-entretenimiento, es altamente cautivadora, engancha emocionalmente, evoluciona continuamente y es inherentemente participativa. Al tratar de operar en la esfera de la cultura popular, la comunicación para el desarrollo —en la forma de educación-entretenimiento— se somete al libre juego del discurso popular que la reprocesa de maneras que sus productores quizá nunca imaginaron. Encajar las perspectivas de la ciencia social y la cultura popular en la práctica de la comunicación para el desarrollo es posible, pero exigirá ciertos cambios en nuestra forma de pensar respecto de los medios, las audiencias y las metas y efectos de la comunicación para el desarrollo.

Este artículo tiene como objetivo explorar algunas de las oportunidades presentadas por los planteamientos teóricos recientes sobre el discurso y la cultura popular —especialmente la obra de Mikhail

Bakhtin— para teorizar sobre la comunicación para el desarrollo, indicar con ejemplos cómo una perspectiva de discurso enriquece el análisis de la educación-entretenimiento como una forma de comunicación para el desarrollo, y resaltar sus aspectos participativos. Se vale de ejemplos tomados principalmente de los programas de salud reproductiva, un área discursivamente rica de la comunicación para el desarrollo aplicada, que ha utilizado la educación-entretenimiento de diversas formas.

La cultura popular

Fiske (1994) describió como sigue la cultura popular:

> «La cultura es una circulación social de significados, placeres y valores, y el orden cultural resultante está inextricablemente conectado con el orden social en el cual circula. La cultura podría asegurar el orden social y ayudar a mantenerlo instaurado o puede desestabilizarlo y operar para cambiarlo, pero jamás es neutral ni toma distancia. La circulación social de los significados siempre es una vorágine, llena de corrientes contrarias, remolinos y vórtices».

La interacción entre las fuerzas comerciales, políticas, públicas e individuales genera los mensajes y significados de la cultura popular. El consumo público de los contenidos de los medios, la retroalimentación a nivel personal en los diálogos entre familias y amigos, la compra y uso de los productos anunciados o modelados, la adopción o rechazo de los comportamientos modelados, las declaraciones de política y legislación sobre los medios y temas de interés público que aparecen en ellos, las actividades de servicio público y comerciales, y las inversiones de las organizaciones mediáticas son todas formas de actividad cultural popular. Bajo el epígrafe descrito por Fiske, todos estos son aspectos de la cultura popular que es, antes que nada, un fenómeno *comunicacional*.

Hasta mediados y fines de la década de 1980 los planteamientos teóricos de la cultura popular estuvieron fuertemente influenciados por las críticas estructural-materialistas contra las instituciones de los medios y la cultura de masas, que tendían a pintar una imagen de medios hegemónicos que manipulaban a una audiencia aquiescente. Los planteamientos teóricos más recientes presentan un mayor equilibrio de poder al reconocer que los integrantes del público interpretan y usan activamente los contenidos mediáticos según sus propias sensibilidades y propósitos. Los actos interpretativos de la audiencia no son completamente independientes de las fuerzas institucionales que dan forma a los contenidos mediáticos e influyen en el comportamiento mediático, pero las instituciones mediáticas tampoco funcionan independientemente de las agendas, gustos y necesidades del público, del que tienen que depender los medios para generar interés en su programación. Desde esta perspectiva, la cultura popular debe verse como una forma de discurso o, más precisamente, como un sistema discursivo (véase la sección sobre el discurso).

Los estudios de audiencias como el que se acaba de describir ofrecen muchos ejemplos de la riqueza multidisciplinaria de las teorías e investigaciones sobre la cultura popular (Ang 1991, Fiske 1994, Katz y Liebes 1987, Livingstone 1990, Morley 1993, Rosengren 1993). Este tipo de estudios reúnen elementos de la tradición de los efectos (que suele centrarse en el impacto de los mensajes en las actitudes y comportamientos de la gente) con los de la tradición de la recepción (que suele centrarse en la interpretación que las audiencias hacen de los textos). De esta convergencia surgen teorías de la relación entre audiencias/lectores/espectadores y textos/medios. En esta nueva síntesis, la comunicación de masas se considera un proceso continuo sociocultural e histórico, en lugar de una serie de actividades discretas de difusión o eventos de mensajes. Desde esta perspectiva, el proceso de comunicación implica una variedad de elementos interrelacionados: los individuos, las comunidades en las que viven, las estructuras sociales y las instituciones, tales como los sistemas mediáticos que penetran vidas y comunidades, y los mensajes

o textos generados por los diversos actores sociales. Ninguno de estos elementos se puede estudiar aisladamente de los demás. Todos están en posición de afectar y ser afectados los unos a los otros a través del discurso público.

El discurso

El concepto contemporáneo de discurso debe mucho a la obra del teórico literario ruso Mikhail Bakhtin (1895-1975). Los teóricos de la comunicación (aunque mucho menos los profesionales de la comunicación, salvo los novelistas) han ido conociendo a Bakhtin gradualmente a través de un número creciente de traducciones de su obra sobre una teoría de la novela —particularmente sus puntos de vista sobre autoría/público lector/texto como fenómeno social— y a través de la interpretación que de su obra han hecho teóricos de los estudios culturales que la aplican al análisis de los sistemas y textos mediáticos, y de las audiencias. Su obra es voluminosa y compleja, y un análisis extenso de su teoría está fuera del alcance de este artículo. Sin embargo, ciertos conceptos de Bakhtin y sus intérpretes se pueden introducir aquí para indicar cómo podrían determinar las perspectivas sobre participación y cultura popular.

Para Bakhtin, el *diálogo* es el proceso mediante el cual un *enunciado* (definido *grosso modo* como los actos hablados, así como las palabras, mensajes, imágenes, textos) interactúa con el todo social e ideológico mayor. Un enunciado, habiendo adquirido significado y forma en un momento histórico particular y en un entorno socialmente específico, no puede dejar de entrar en contacto con miles de hilos dialogísticos vivientes, tejidos por la conciencia socioideológica alrededor del objeto dado del enunciado; no puede evitar convertirse en un participante activo del diálogo social. Después de todo, el enunciado surge de este diálogo como una continuación del mismo y, como respuesta a él, no aborda el objeto desde el banquillo (Bakhtin 1981).

La preexistencia de un *mundo del lenguaje* de donde surge el enunciado asegura que éste se "relativizará" o yuxtapondrá a otras definiciones rivales de las mismas cosas. Más aún, el mundo del lenguaje es *heteróglota*: abarca muchos lenguajes, cada uno determinado por experiencias y contradicciones socioideológicas que le anteceden y que sobrevivirán a cualquier usuario particular del lenguaje. El lenguaje, como una «matriz de fuerzas prácticamente imposibles de recuperar y, por lo tanto, imposibles de resolver», causa que cada palabra, mensaje e imagen se reelabore constantemente a través del diálogo.

Según Bakhtin (Morson y Emerson 1990), el diálogo es una red inacabable, indomable e ilimitada de interacción comunicativa; es decir, simbólica. Tal como Bakhtin usaba el término, el diálogo no se puede trivializar como una "mera" interacción o conversación entre individuos. No se considera que las personas (así como los grupos sociales y las instituciones sociales) sean seres circunscritos o entidades, salvo en un sentido físico. Es mejor considerar la realidad histórica de cada entidad como un «campo cultural» de temporalidades e identidades ricamente superpuestas. No sería correcto decir que las personas "inician" un diálogo porque la existencia no se puede separar del proceso continuo de la comunicación (Morson y Emerson). El diálogo implica «la redefinición constante de sus participantes, desarrolla y crea numerosos potenciales en cada uno de ellos por separado y entre ellos interactiva y dialógicamente».

La imagen de Bakhtin de la novela como un sistema abierto de significados que interactúan es evocativa. A medida que su trabajo se hizo más ampliamente disponible, los teóricos de los estudios culturales no tardaron en captar sus implicancias para el estudio de los sistemas de medios y los "textos" mediáticos. Newcomb (1984) planteó que el diálogo puede existir entre públicos, formaciones comunitarias, entidades gubernamentales y los medios, donde cada entidad genera textos, es decir, conversaciones, normas conductuales, declaraciones de polí-

ticas, ofertas programáticas, actividades sociales, afirmaciones de valor, etc., que revelan la naturaleza inacabada e inacabable del cambio social.

Sin embargo, siguiendo a Hall y otros (1980) y Morley (1980), los teóricos de los estudios culturales han preferido utilizar el término *discurso* en lugar de *diálogo* para evitar algunas de las asociaciones de este último término con los estudios de la retórica y el habla. Para Bakhtin, el discurso tenía un sentido más limitado (el de formas de hablar —literalmente la "palabra"— incluidas las mediadas y directas o sin mediar, pasivas y activas, unidireccionales y varidireccionales (Morson y Emerson) que el de diálogo (que significaba el proceso de interacción), mientras que los estudios culturales tienden a imprimir al *discurso* el sentido más amplio de Bakhtin: el de *diálogo*.

Por ejemplo, en su libro sobre la interpretación del público de un programa de televisión popular británico, Morley (1980) se refirió al locus de *diálogo* como *sistema discursivo*, refiriéndose al sistema de interacciones entre lectores (integrantes del público), textos (palabras, imágenes, enunciados) y formas sociales (sistemas mediáticos, un círculo de amigos, el centro de trabajo, el mercado comercial) del que tanto los lectores/públicos como los textos forman parte. Un sistema discursivo se define «por referencia al área de la experiencia social a la que da sentido, a la ubicación social desde la que se crea ese sentido y a los sistemas lingüísticos o significantes mediante los cuales ese sentido se hace y se circula» (Fiske, Morley 1993, Newcomb). Desde esta perspectiva, la comunicación de masas empieza a cobrar un carácter nuevo, más interactivo o participativo. Si el discurso es por definición incontrolado (Newcomb) no es, por ende, susceptible de manipulación. La dominación del discurso, como la que ocurre en los intentos de persuasión de los medios autoritarios, implica la creación de demarcaciones o límites "¡Compra esto!" (No eso). "¡Vota por mí!" (No por ella). Intentar crear tales límites en el discurso es negar oportunidades discursivas. Debido a la naturaleza del discurso, cuando voces poderosas —por ejemplo los medios gubernamentales— intentan dominar, el discurso se traslada a otras ubicaciones o el intento de dominación mismo se convierte en objeto del discurso, se deconstruye y distiende (Hall y otros).

El discurso informa a todos sus participantes; por lo tanto, es antitético suponer que sólo algunos de ellos informan a los demás. A fin de lograr el discurso en la comunicación para el desarrollo, entonces, todas las partes deben comprometerse a hacer copartícipe al otro (en lugar de dominarlo). La cultura popular (y la educación-entretenimiento como una forma de cultura popular) podría ser el espacio ideal para esta coparticipación, porque en buena parte está fuera del control de una parte en particular y es el ámbito de construcción, deconstrucción y reconstrucción de las realidades sociales.

La educación-entretenimiento

El uso de estrategias de educación-entretenimiento (o edu-entretenimiento) para fomentar el cambio social viene adquiriendo reconocimiento como una opción viable de promoción de la salud, y las aplicaciones de estas estrategias se están volviendo cada vez más sofisticadas. Entre muchos casos que se podrían citar, Piotrow y otros (1990) han dado cuenta de usos exitosos de los medios de educación-entretenimiento en el fomento de la planificación familiar en África; Singhal y Rogers (1989) documentaron los logros de las telenovelas indias para transmitir temas de planificación familiar; la música popular se ha utilizado con éxito para fomentar la responsabilidad sexual en los adolescentes en México (Coleman 1988) y en las Filipinas (Rimon y otros 1994); y, Lozare y otros (1993) informaron sobre el aumento de actitudes positivas y la adopción de la planificación familiar entre los televidentes de una telenovela pro social en Pakistán.

Los análisis de los programas de educación-entretenimiento (Kincaid 1993, Kincaid y otros 1988)

indican que este método maximiza la atención de la audiencia, el atractivo del mensaje, y el recuerdo del mensaje al usar recursos emocionales fuertes, humor, música y modelos ejemplares atractivos —incluso sexy— para atraer y retener al público. La comunicación interpersonal, especialmente entre cónyuges, es otro efecto documentado de la educación-entretenimiento. La comunicación entre cónyuges, a su vez, conduce a la asistencia a las clínicas de salud y la adopción de anticonceptivos (Lozare y otros). Nótese que todos estos procesos y efectos son de corto plazo y a nivel individual. A veces también se buscan efectos a más largo plazo, pero buena parte de ellos actúan también a nivel individual, por ejemplo la confirmación de decisiones conductuales o el refuerzo conductual.

En cambio, McAnany y Potter (1993), a partir de un estudio y reanálisis de datos del Brasil, asumieron una perspectiva histórica para aducir que la comunicación de masas —las telenovelas, en particular— podría tener consecuencias demográficas de largo plazo en virtud de sus efectos acumulativos en los procesos de comunicación dentro de la familia y la comunidad y en los valores sociales a través del tiempo. Los cambios de comportamiento a nivel individual de corto plazo pueden, a su vez, producir cambios en los valores sociales a nivel de la familia. Estas proposiciones están respaldadas por pruebas obtenidas en estudios sobre la aculturación (Gerbner 1973, Gerbner y otros 1980) que percibieron que la realidad social se ve afectada por la exposición prolongada al entorno simbólico ubicuo de los medios de masas. Aún así, se entienden poco los procesos mediante los cuales se producen tales efectos.

Una perspectiva de corto plazo resulta, por lo menos en parte, de los marcos teóricos utilizados para estudiar y diseñar los programas de educación-entretenimiento. Por ejemplo, las perspectivas de aprendizaje y persuasión (véanse McGuire 1987 y Petty y Cacciopo 1981 para reseñas de esta literatura) tienden a centrarse en los mensajes como paquetes discretos de información que las audiencias aprehenden y evalúan y a los que responden rápidamente. Otro marco común para analizar los programas de comunicación persuasiva es la teoría del aprendizaje social. El aprendizaje social sugiere que la gente aprende nuevos comportamientos al observar cómo se comportan sus modelos ejemplares (sean ficticios o reales) y las consecuencias de dicho comportamiento (Bandura 1986). Los planteamientos clásicos de la teoría del aprendizaje social señalan que los modelos ejemplares deben personificar los pasos o componentes de un comportamiento dado. Sólo cuando un comportamiento se modela claramente y sin ambigüedades puede un integrante del público aprender los pasos, ensayarlos mentalmente, intentar reproducirlos y observar si las consecuencias que él o ella experimentan coinciden con las experimentadas por el modelo seguido. En lo que se refiere al proceso de aprendizaje, la teoría describe un proceso principalmente racional que implica una secuencia lineal y bastante predecible de causas (comportamientos actuados) y efectos (consecuencias, buenas o malas).

En la práctica, a menudo la teoría del aprendizaje social se empareja con la teoría de expectativa-valor (Fishbein y Ajzen 1980), según la cual las intenciones conductuales se ven afectadas por las creencias y actitudes de la persona hacia un comportamiento y sus consecuencias. Dichas creencias y actitudes incluyen las creencias sobre el apoyo social al comportamiento en cuestión y las evaluaciones de dicho apoyo. Los sociodramas u otros formatos de educación-entretenimiento se pueden utilizar para influir en las percepciones del apoyo social a un comportamiento y cambiar las evaluaciones o expectativas en torno a las consecuencias de tal comportamiento.

Aunque estos marcos ayudan a explicar el cambio a nivel individual en los conocimientos, actitudes y comportamientos, no capturan adecuadamente la riqueza y la complejidad de la educación-entretenimiento ni su potencial para el cambio a largo plazo; tampoco abordan muy bien la volatilidad de los significados y el proceso de "dar sentido" por

el que atraviesan las audiencias usuarias del material de educación-entretenimiento. Por ejemplo, los sociodramas (especialmente los más largos, que desarrollan una trama narrativa a lo largo de semanas o meses) no pueden ser exclusivamente didácticos; de lo contrario, perderían las cualidades estéticas, dramáticas y de entretenimiento que los hacen interesantes para los públicos en primer lugar. Por consiguiente, en las dramatizaciones que funcionan como entretenimiento, los mensajes pro sociales están integrados en la estructura más amplia de la narrativa y podrían no ser reconocidos tan fácilmente como unidades de mensaje o apelaciones discretas. Los comportamientos se presentan en contexto, las motivaciones se imputan, no todos los conflictos se resuelven satisfactoriamente, como en la vida misma. Más aún, los televidentes individuales y las comunidades televidentes aplican marcos interpretativos diversos a lo que ven; esto conduce a una amplia gama de interpretaciones y usos del contenido simbólico ya ricamente entretejido y matizado. Hasta ahora, la investigación y las teorías sobre el entretenimiento y la educación no han abordado muy eficazmente cómo los públicos identifican, interpretan y utilizan la información estructurada narrativamente, ni cómo la educación-entretenimiento opera en el contexto social, cultural e histórico más amplio de las audiencias y los sistemas de medios.

Por el contrario, las teorías de la comunicación que toman de la semiótica (véase Hawkes 1977 para una reseña completa) y los estudios culturales (Foucault 1980) subrayan que los mensajes derivan gran parte de su significado del contexto y el uso (Fiske 1987, 1994; Newcomb): todo mensaje dado tiene significado *en relación con* el texto mayor dentro del cual se sitúa, las características históricas del vehículo o medio del mensaje, y las vivencias y situación social de los receptores al enfrentarse al material simbólico. Las personas imponen matices de significado a los mensajes que aprehenden, influenciadas por sus experiencias pasadas y condiciones socioculturales actuales. Estos significados a menudo son elaborados socialmente; es decir, algo que ha visto u oído una persona cobra sentido a través de la posterior interacción con otras personas y en función de su historia personal y experiencias sociales. Más aún, el significado que una persona infiere de un mensaje debe considerarse volátil, pues puede verse modificado por cualquier nueva información o nuevas experiencias. Hasta el momento, el desarrollo teórico de la educación-entretenimiento ha abordado muy poco el tema del significado.

Tampoco ha habido mucha elaboración teórica sobre los aspectos organizativos e institucionales de la educación-entretenimiento; es decir, cómo funciona respecto de los medios actuales y otras instituciones sociopolíticas. Salvo algunos estudios (Singhal y otros1994; Faria y Potter 1994), en gran parte se han soslayado estos aspectos. Un efecto institucional de la educación-entretenimiento que sí se ha estudiado es el aumento del apoyo a los programas de fomento de la salud bajo la forma de apoyo político, financiamiento y promoción por parte de los líderes de opinión y otras personas influyentes (Piotrow y Coleman 1992). Por ejemplo, los programas de educación-entretenimiento siempre recaban apoyo de los sectores empresariales y políticos para los programas de fomento de la salud porque se percibe que son (a) rentables, a través de vínculos corporativos y patrocinio de productos; (b) eficaces en función de los costos: reparto de los mismos, reventa a emisoras comerciales y tiendas de vídeo, tamaño de la audiencia generada; y, (c) *altamente* visibles, lo que los convierte en un componente políticamente atractivo y de alto perfil de un programa nacional de salud.

Sin embargo, incluso su promoción no está bien desarrollada teóricamente, en parte porque los marcos que se suelen utilizar en la investigación y práctica de la educación-entretenimiento, por más perspicaces que sean respecto de los cambios psicológicos y conductuales a nivel individual, no están suficientemente elaborados en lo que concierne al contexto político, cultural e histórico mayor de la comunicación. La formulación de políticas y la toma de

decisiones a nivel institucional, y las interacciones entre las instituciones políticas, económicas y culturales normalmente no se considera que sean fenómenos de comunicación. No obstante, el contexto más amplio no se ha pasado completamente por alto. Kincaid (1993) señaló que «[el método de educación-entretenimiento] tiene la capacidad de influir en la cultura porque se convierte en parte de la cultura popular de un país (no una influencia externa), y compite por atención e influencia con las demás fuentes de cultura».

La educación-entretenimiento, en tanto trata sobre la cultura popular, debe ser analizada en un marco más amplio, nutrido de elementos de la cultura popular y de las teorías del discurso.

Síntesis: cultura popular, discurso y educación-entretenimiento

El matrimonio entre las perspectivas científico-sociales y las de los estudios culturales crea en cierto modo una pareja incómoda, por último dada la antipatía histórica entre los estudios culturales críticos y las teorías y métodos positivistas de las ciencias sociales. Para que este matrimonio funcione, las teorías y prácticas necesitan ser reevaluadas de dos maneras importantes.

Sistematicidad

Tendría que haber un cambio epistemológico en la manera de conceptualizar la tarea. Fiske (1994) sostenía que:

> «Las teorías sistémicas de la estructura van más allá que las positivistas ya que, como el lenguaje, son generativas, mientras que las estructuras positivistas son descriptivas. Las estructuras sistémicas generan las prácticas mediante las cuales se utilizan y son, a su vez, modificadas por dichas prácticas. Las estructuras positivistas tienen efectos, no prácticas, y la relación entre estructura y efecto es unidireccional».

Para ilustrar esta distinción en el contexto de la comunicación de masas, Fiske también dijo que los programas de televisión, la industria que los produce y las personas que los ven son todos agentes activos en la circulación de significados, y las relaciones entre ellos no son de causa y efecto, donde uno antecede al otro, sino de sistematicidad [...] Las relaciones [...] son sistémicas de un complejo de reciprocidades en el que las contradicciones y complicidades luchan por ganar terreno unas frente a otras.

Sin embargo, incluso los proyectos con metas antipositivistas a menudo sí buscan "intervenir", por ejemplo para facilitar la participación, para empoderar a las comunidades y para concienciar a la ciudadanía como primer paso hacia la participación democrática. Desde esta perspectiva, la comunicación para el desarrollo se convierte en una asociación de los medios, los organismos de desarrollo, las organizaciones donantes y el público, todos los cuales desean mejorar el bienestar público. Evidentemente, la devoción absoluta al bienestar público rara vez ocurre. En esta asociación las instituciones tienen sus propias prioridades económicas, políticas y sociales, todas las cuales compiten discursivamente entre ellas y con el bienestar público para moldear y matizar las metas y estrategias de la educación-entretenimiento. En la medida en que estas prioridades rivales se puedan mantener manifiestamente, los programas de comunicación para el desarrollo podrán servir de espacios de discurso. Bakhtin sugirió que esto era inevitable, especialmente cuando el formato incorpora la cultura popular, como en los programas de educación-entretenimiento.

Participación

Un segundo cambio, que aborda el tema medular de este artículo, se refiere a la manera en que la relación comunicador-audiencia se conceptualiza. La cultura popular no es algo que se pueda manipular fácilmente, aun mediante un esfuerzo concertado. Es, más bien, algo en lo que se puede participar.

Esto sugiere que quienes se propusieran utilizar la cultura popular como vehículo para programas de desarrollo o de cambio social necesitan adoptar una mentalidad participativa. Por ejemplo, la meta de gran parte de la comunicación en el área de la salud reproductiva es la de ampliar el discurso (generalmente hablamos de aumentar la interacción entre cónyuges o entre cliente y proveedor, pero ampliar el discurso es la meta de fondo) para abrir las posibilidades de que mujeres y hombres puedan controlar su propia fertilidad y salud reproductiva. Esta comunicación ocurre en el contexto mayor de los imperativos culturales y tradiciones históricas de los derechos reproductivos y las relaciones de género, como en el caso de la política étnica y nacionalista de los Estados recientemente independizados, donde el tamaño de la familia se convierte en una expresión del despertar del orgullo étnico.

La teoría e investigación sobre las campañas (Rogers y Storey 1987) señalan que debemos seleccionar el canal o medio que sea el vehículo más apropiado para llevar el mensaje al público a quien deseamos alcanzar. Aunque generalmente aprovechamos el poder visual o sonoro de la televisión o la radio para captar la atención, despertar interés o maximizar la participación, todavía no hemos sacado provecho del poder de los medios como sistemas abiertos, participativos y discursivos. Uno de los efectos más poderosos de la comunicación para el desarrollo podría ser la creación de un espacio discursivo para el debate sobre temas de salud y desarrollo. En una estrategia así, el efecto del discurso es más discurso.

Un beneficio adicional de conceptualizar la educación-entretenimiento como un proceso participativo y discursivo es que el discurso de la cultura popular es continuo; es decir, es inherentemente, más aún, inevitablemente sostenible. La perspectiva del discurso cultural delineada aquí sugiere que ya existe una comunicación pública sostenida sobre temas de salud y desarrollo, y que la educación-entretenimiento debe confluir con ese discurso o participar en él, en lugar de intervenir en él y cambiarlo. Podrían ser particularmente útiles las series más largas de educación-entretenimiento (telenovelas, programas de debate por radio, programas semanales de asuntos públicos) que presentan oportunidades discursivas más abiertas y fluidas y que ofrecen la posibilidad de interacción con el público a través del tiempo. Una serie popular podría convertirse en una parte importante y continua del discurso de desarrollo.

Ejemplos

Aquí presentamos dos ejemplos breves de programas de salud reproductiva que usaron los formatos de educación-entretenimiento y que interpretan algunos de sus aspectos desde la perspectiva del discurso y la cultura popular delineada anteriormente.

La salud reproductiva es en sí misma un área del desarrollo rica discursivamente. A fines de la década de 1950 y a comienzos de los años 1960, este campo se concentró principalmente en la planificación familiar y el fomento del uso de anticonceptivos para reducir la presión poblacional y evitar la escasez de alimentos. A medida que los programas poblacionales han ido madurando, han incorporado una gama más amplia de aspectos interrelacionados, tales como la supervivencia infantil, la salud materna, la calidad ambiental, las enfermedades de transmisión sexual y las relaciones de género. La Conferencia Internacional de Población y Desarrollo, celebrada en El Cairo en 1994, y la Cuarta Conferencia sobre Mujeres de la Organización de las Naciones Unidas, celebrada en Beijing en 1995, fomentaron esta visión ampliada de la salud reproductiva. Ambas conferencias intentaron —no sin crear controversias— alejar a los programas poblacionales de las perspectivas tecnológicas estrechas de control de la fertilidad hacia perspectivas integradas más amplias respecto del crecimiento de la población, la pobreza y los patrones de consumo y producción y su relación integral con la salud reproductiva, los

derechos reproductivos y el estatus de las mujeres y los niños (García-Moreno y Turmen 1995). Dos proyectos de edu-entretenimiento que reflejan las perspectivas ampliadas sobre la salud reproductiva son el Proyecto de Representación Dramática para la Salud Reproductiva en Pakistán y el Proyecto *Alang-Alang* en Indonesia.[1]

Pakistán: el discurso comienza por casa

Un sistema discursivo importante es, por derecho propio, la interacción entre cónyuges. En los programas de fomento de la salud, ese nivel de interacción a menudo se asocia a mayores conocimientos de salud y al cambio de comportamiento. Especialmente en el área de la salud reproductiva, marido y mujer influyen en el comportamiento anticonceptivo del otro (a veces positivamente, a veces negativamente), de modo que entender la naturaleza de este proceso es crucial para el estudio de la salud familiar y de la comunidad. Al mismo tiempo, la interacción interpersonal es un ámbito importante de indagación en el proceso de comunicación mismo. Ése fue el enfoque de una serie de sociodramas en Pakistán, apoyada por Johns Hopkins/Population Communication Services (JHU/PCS) a principios de la década de 1990.

Antes de 1990, en Pakistán las iniciativas de comunicación hacia la población se habían limitado a campañas de anuncios publicitarios que promovían la norma de la familia pequeña. Se consideraba que estos planteamientos indirectos (sin ninguna referencia explícita a los anticonceptivos) eran necesarios para no provocar una oposición religiosa conservadora. No obstante, los estudios indicaban que existía una fuerte demanda latente por la anticoncepción. Según la Encuesta de Uso de Anticonceptivos, en 1986 el 35% de las parejas en edad reproductiva que no usaban anticonceptivos estaban a favor de espaciar los partos, mientras que el 23% se pronunciaban por limitarlos. Estudios adicionales del Instituto Nacional de Estudios Poblacionales dieron cuenta de que a juicio del 63% de las mujeres, el cónyuge era el motivador más importante para la adopción de anticonceptivos. Por último, una serie de estudios de casos individuales revelaron que era la mujer la que generalmente obtenía los suministros de planificación familiar, pero su acción tenía que estar autorizada por el esposo. Muchas mujeres declararon temer la desaprobación de sus esposos, pero carecían de la habilidad para negociar su autorización.

Entre mayo de 1990 y octubre de 1993, el organismo de teledifusión nacional, Pakistan Television (PTV), produjo y transmitió tres sociodramas televisados sobre la salud reproductiva. *Aahat* (*Un sonido que se aproxima*) se transmitió de octubre a noviembre de 1991. El propósito de la obra dramática de seis episodios era aumentar la comunicación entre marido y mujer sobre temas de salud reproductiva y familiar, la autorización del espaciamiento entre partos y la planificación familiar, la asistencia a las clínicas y la adopción de la planificación familiar. *Aahat* fue seguido de una película para televisión de un solo episodio, *Aik Hi Rastha* (*El único camino*) en julio de 1993, y la serie de 13 episodios *Nijaat* (*Liberación*), que se transmitió de julio a octubre de 1993.

La respuesta del público a las tres obras dramáticas fue positiva y la cobertura de prensa fue extensa: se publicaron más de 50 artículos sólo sobre *Aahat* en la prensa nacional y regional. A nivel macro, la obra entró e influyó en el discurso público sobre la planificación familiar.

A nivel micro —el de las personas individuales y la familia— los estudios indicaron que también hubo un impacto considerable: de los televidentes encuestados que vieron *Aahat* (2.118), 12% consideró que el programa los había inducido a tomar medidas para espaciar los nacimientos de sus hijos y 9% afirmó que había visitado una clínica de planificación familiar después de ver el programa (Lozare).

De acuerdo con los temas de la obra, la comunicación entre cónyuges estaba estrechamente vinculada al comportamiento frente a la planificación familiar. Del 9% de los televidentes que manifestaron haber ido a una clínica tras ver la serie, casi todos (98%) habían hablado sobre planificación familiar con su cónyuge. En otras palabras, el 81% de quienes vieron *Aahat* y hablaron sobre métodos de planificación familiar con sus cónyuges visitaron una clínica.

En general, el Programa Nacional de Planificación Familiar, especialmente su componente de comunicación, históricamente había estado restringido por falta de apoyo político. Pero el apoyo público y político a la información poblacional televisada llevó a PTV a continuar su participación en el discurso público sobre planificación familiar y poblacional mediante el desarrollo y transmisión de *Aik Hi Rastha* y *Nijaat*.

Nijaat fue lanzado por PTV el 19 de julio de 1993, acompañado de informes de prensa altamente favorables. Se transmitió todos los lunes a las 20h30 (horario de máxima sintonía) hasta el 11 de octubre. La trama se centraba nuevamente en la comunicación entre marido y mujer, pero se orientó más a un público masculino rural. Hazoor Baksh, un pequeño comerciante con presiones económicas; su esposa, Sajida; sus dos hijos, Kashi (de 7 años) y Tari (de 5 años); y, un bebé son los personajes principales. Zareena es una enfermera en el hospital, escaso de personal, de su pequeña ciudad; ella es amiga de Sajida, a quien ha atendido durante una serie de abortos espontáneos y episodios de mala salud. Con el tiempo, Zareena convence a Sajida de que debe hablar con su esposo acerca de esperar antes de tener otro hijo. Hazoor, pese a su disposición a adoptar métodos de planificación familiar, no llega a decidirse. Sajida descubre que está embarazada otra vez y Zareena le revela que esta vez su vida está en peligro. Cuando llega el momento, tiene un parto muy difícil; pierde el bebé y Hazoor finalmente decide que necesitan practicar la anticoncepción. En los últimos episodios, Sajida y Hazoor luchan por restablecer la unión familiar.

Un servicio de *rating* televisivo nacional en Pakistán reveló que *Nijaat* llegó a un 60% a 75% de los televidentes en las ciudades principales de Karachi, Lahore e Islamabad/Rawalpindi, logrando, por un amplio margen, el más alto alcance de todos los programas en su horario de transmisión.

El impacto de *Nijaat* se evaluó mediante métodos cualitativos (entrevistas en profundidad con hombres, mujeres y proveedoras de servicios médicos) diseñados para explorar cómo funcionaba el discurso presentado en la serie dramática.

Los televidentes claramente usaron los personajes y las situaciones de *Nijaat* como puntos de partida para debatir sus propias preocupaciones y experiencias, tal como lo demuestra el siguiente pasaje de una entrevista a la esposa de 30 años de edad de un soldador (Aftab Associates 1994):

> P. ¿Conversaron sobre el programa [mientras lo veían]?
> R. Mi esposo miró [partes del programa]. Normalmente no habla mucho. Sólo a veces mientras veía la obra decía: "¿Qué le está haciendo el A. C. a su esposa?" o "¿Qué está haciendo Hazoor Baksh?" Hacía ese tipo de comentarios breves.
> P. ¿No hablaban sobre los temas principales del programa?
> R. No. Hablábamos más que nada sobre nuestros propios problemas. Bueno, una vez dijo que había una Guerra Fría entre el A. C. y su esposa: "Dos personas, [cuando] viven bajo el mismo techo, desarrollan algún tipo de relación después de todo". Y yo dije: "Nosotros teníamos el mismo problema, ¿no?" Y él dijo: "Eso era antes, ahora no. Eso quedó en el pasado; ahora nos entendemos".

Los estudios sobre *Aahat* y *Nijaat* confirman que existe un vínculo discursivo entre el sociodrama, la comunicación entre cónyuges y las visitas a la clínica. Los sociodramas televisados como *Aahat* y *Nijaat* influyen en la formación de ideas (Cleland y Wilson 1987), es decir en cómo la gente piensa y habla sobre la salud reproductiva. Ser testigos de las vivencias de una pareja en la pantalla de la televisión y oír lo que se dicen en la intimidad de su dormitorio cambia las fronteras de lo pensable, los límites de lo decible. Los televidentes adquieren un vocabulario de personajes, diálogos e imágenes que luego incorporan en las conversaciones familiares sobre la planificación familiar. Nuevas palabras, ideas y estrategias de negociación entre marido y mujer se introducen en el discurso familiar.

Indonesia: la estética y el cambio social

Alang-Alang (*Hierba salvaje*), una serie de televisión de tres episodios que promovía la educación de las niñas, fue un proyecto de la Junta Indonesia de Coordinación de la Planificación Familiar (BKKBN por su sigla original), con apoyo técnico del proyecto de JHU/PCS. La serie fue dirigida por Teguh Karya, uno de los directores de cine más experimentados y respetados de Indonesia y Asia. Transmitida en diciembre de 1994, la serie cuenta la historia de Ipah, la joven hija sin madre de un hurgador de basura que vive en las afueras de los enormes vertederos de basura de Yakarta. El padre de Ipah, Pak Rengga, no entiende el deseo de educación y de una vida mejor de su hija y le niega el dinero que necesita para pagar la escuela. Esto hace que ella busque ocupaciones ocasionales y que trabaje largas horas para pagar su propia educación. Con la ayuda de sus vecinos y de su propia diligencia, Ipah finalmente hace que su padre cambie de opinión, termina su educación y se convierte en maestra.

La serie fue vista por un 25% a 30% de la teleaudiencia indonesia en las principales ciudades de Java y fue objeto de varias docenas de artículos en periódicos y revistas de la zona de Yakarta. El discurso que tuvo lugar entre Ipah, su padre, sus vecinos y el personal de la escuela, y la cobertura de los medios son sólo algunas facetas de la cualidad discursiva de todo el proyecto. Un examen de los efectos de *Alang-Alang* desde una perspectiva discursiva indica que se generaron numerosos resultados discursivos valiosos y constructivos a consecuencia de este evento de cultura popular.

El propio Teguh Karya ilustra la intersección del discurso entre las prioridades estéticas, las fuerzas comerciales, el activismo social, las políticas del gobierno, el fomento de la salud y la ayuda extranjera. Como activista y artista renombrado —ha dirigido durante años una compañía de teatro popular, *Teater Populer*—, Teguh se debatió continuamente entre las tensiones del arte y las de transmitir un mensaje, y logró conciliar sus prioridades como cineasta y el deseo gubernamental de usar su arte para apoyar el programa de bienestar familiar (*keluarga sejahtera*). Acogió la tensión creativa entre la expresión artística y la comunicación en salud científica social al participar en estudios con grupos focales utilizados para informar el proceso de desarrollo de la trama. Aceptó los pedidos de JHU/PCS en torno a temas poblacionales explícitos y añadió a un personaje femenino que muere a consecuencia de partos repetidos de alto riesgo. Por último, mediante el seguimiento de una colaboración anterior con BKKBN y JHU/PCS (*La trilogía ecuatorial*), Teguh continúa dando el ejemplo como artista socialmente activo.

La industria de la televisión también desempeñó un papel en el discurso que rodeó a *Alang-Alang*. Originalmente, se planeó transmitir la serie por la estación de televisión paraestatal, pero uno de los principales canales de televisión comercial (SCTV) compró la serie y la transmitió, conociendo su contenido y propósito pro social, en parte porque reconocía la popularidad de los sociodramas (drama con mensaje) y la calidad artística del trabajo del director. Era la primera vez que SCTV sacaba al aire un programa de esas características.

BKKBN estaba entusiasmada con la educación femenina como subcomponente de su programa *keluarga sejahtera* y reconoció una oportunidad de colaboración en el interés de Teguh Karya por el tema. A través de su participación y el apoyo a sociodramas como *La trilogía ecuatorial* y *Alang-Alang*, BKKBN continúa consolidando sus relaciones con la comunidad artística y apoyando la cultura popular como espacio en el que puede tener lugar el discurso sobre salud.

Cultura popular, narrativa e identidad

La reacción a la serie también fue discursiva: por medio de grupos focales, una evaluación cualitativa de la respuesta del público a la serie reveló interpretaciones múltiples de sus mensajes principales. Estos hallazgos, a su vez, generaron debates en JHU/PCS y entre JHU/PCS y BKKBN sobre la especificidad y las relaciones entre las metas del programa *keluarga sejahtera* de BKKBN y la claridad con que dichas metas se representaban o se podrían representar en un drama para televisión. Además, con la serie se estimuló la interacción madre-hija. Aparecieron referencias a los personajes de la serie en las interacciones entre madre e hija después de las transmisiones. Por ejemplo, una madre relató haberle preguntado a su hija: "¿Por qué no puedes ser más como Ipah?". La madre no dijo cuál fue la respuesta de su hija, pero probablemente reflejaba temas inherentes al discurso entre hijas adolescentes y sus padres en Indonesia.

El discurso cambia no sólo a las audiencias, sino también a las instituciones que participan en él. JHU/PCS, a la vez que esperaba que los temas de planificación familiar y población se expresaran lo más explícitamente posible, apoyó el tema más amplio de la educación de las niñas como algo coherente con sus objetivos de extender las opciones de salud reproductiva de las mujeres en la sociedad indonesia. Esto refleja un desplazamiento gradual en JHU/PCS y en la estructura mayor de los programas poblacionales de Estados Unidos e internacionales después de las conferencias de El Cairo y Beijing de 1994-1995, hacia una conceptualización más amplia de los temas de población en relación con los derechos de la mujer y la salud reproductiva.

Otro cambio institucional se revela en la elección de la metodología de evaluación. La evaluación del impacto de *Alang-Alang* tenía un componente cualitativo cuyo objeto era descubrir lo que los televidentes decían sobre cómo entendían la historia y su respuesta a ella. Esto contrasta con la preferencia histórica (en la comunidad donante en general) por una evaluación cuantitativa del impacto de un programa. JHU/PCS ha emprendido varias evaluaciones cualitativas de proyectos de educación-entretenimiento en los últimos años.

Generalizaciones sobre la cultura popular, el discurso y el desarrollo

Intentar utilizar la cultura popular con fines educativos, como propone la educación-entretenimiento, puede no ser fácil, pero ofrece un gran potencial. Esta reseña de teorías y proyectos de educación-entretenimiento sugiere que debemos revisar cómo la concebimos si queremos usarla eficazmente para promover el cambio social. Si abordamos la educación-entretenimiento como una manifestación de la cultura popular, y la cultura popular como un proceso de comunicación, surgen varias generalizaciones.

Generalización 1: La cultura popular es localizada y es difícil de conocer muy completa o rápidamente. El uso de la educación-entretenimiento podría requerir de un mayor recurso a los estudios cualitativos que lo que suele ser el caso con otros tipos de proyectos de salud y desarrollo basados en los medios. Más aún, puesto que el proceso de educación-entretenimiento todavía no está bien entendido, puede ser que se necesite más investigación cualitativa para que sea posible formular técnicas cuantitativas de evaluación del impacto más confiables y significativas.

Generalización 2: La cultura popular tiene su propia dinámica que se resiste al control externo. Esto no implica que la cultura popular no cambie; de hecho, la cultura es a menudo altamente sincrética, pero no es realista esperar que la educación-entretenimiento opere sólo efectos de corto plazo predecibles y directos en el comportamiento y las actitudes individuales.

Generalización 3: Al adoptar una perspectiva basada en la cultura popular, la educación-entretenimiento deberá asumir una visión de largo plazo del cambio social. La cultura popular es un proceso discursivo continuo. Por lo tanto, las iniciativas de fomento del cambio desde la cultura popular deben reconocer que las fuerzas históricas han ayudado a moldear las formas y contenidos actuales de la expresión cultural. También sugiere que la cultura popular, en relación con los temas de salud por ejemplo, evolucionará con el paso del tiempo en respuesta a los cambios en las condiciones sociales, culturales y políticas. La educación-entretenimiento es solo un elemento entre muchos otros que moldean y son moldeados por la cultura popular.

Generalización 4: La educación-entretenimiento no es sólo otro vehículo para los mensajes de salud y desarrollo. La educación-entretenimiento ciertamente es capaz de llevar mensajes discretos o de atraer y de generar efectos en las actitudes y comportamientos, pero también forma parte del rico y dinámico sistema discursivo de la cultura popular. Las formas narrativas y dramáticas más largas de la educación-entretenimiento, tales como las series dramáticas, tienen una capacidad particular de transmitir información sociocultural que supera ampliamente la capacidad de sus formas más cortas, como los anuncios publicitarios, materiales impresos y otros canales que son típicos de las estrategias de *marketing* social y comunes en las campañas de desarrollo.

Generalización 5: La educación-entretenimiento es un punto de coparticipación, un espacio de discurso, no sólo otro mensaje. La educación-entretenimiento se puede utilizar más allá de promocionar roles modelo; puede constituir un ímpetu poderoso para la negociación al interior de las familias acerca de los papeles, responsabilidades y prioridades familiares. También puede servir de foro para la interacción entre los públicos, los medios y las instituciones de salud respecto de las prioridades y valores sociales.

Generalización 6: La educación-entretenimiento puede ser de mayor utilidad si se utiliza para iniciar el debate

Medios e internet

Extracto de *Medios sin audiencia*

Eric Kluitenberg

Una de las mayores falacias de los intentos actuales por comprender la dinámica social de los medios interconectados es la tendencia a verlos como una extensión del sistema de medios de radio y teledifusión. Esta idea se ha hecho más popular a medida que el internet se amplía con elementos audiovisuales. Las estructuras audiovisuales interactivas, la multimedia simultánea, y el sonido y vídeo descargables todos contribuyen a la idea de que el internet es la próxima evolución de los medios de difusión. Sin embargo, esta visión es sólo parcialmente aplicable y está motivada principalmente por los intereses de la industria de los medios; y no suele reflejarse en cómo las personas realmente usan el internet.

Basar el concepto de los medios en el modelo de la radiodifusión, que divide los papeles de la relación entre el emisor activo y el público/receptor pasivo, es el mayor obstáculo para entender qué ocurre en un contexto de medios interconectados. El ámbito interconectado debe ser visto principalmente como un espacio social, en el que se buscan y despliegan relaciones activas. Estas actividades a menudo suelen dar la impresión de ser completamente inútiles, irracionales, erráticas o incluso autistas. La relación entre el emisor activo y el público/receptor pasivo parece haberse reemplazado por una multitud de transmisiones no guiadas, que parecerían carecer de un receptor específico. Por ello, el internet está considerado como un espacio informático irrelevante, caótico e inútil, un desperdicio de recursos o una fase transitoria del desarrollo que pronto será reemplazado por estándares profesionales de calidad, entretenimiento, información, profesionalismo en los medios y, sobre todo, respeto por el público.

Kluitenberg, Eric (2000). "Media Without an Audience". Ponencia presentada en el Banff Centre for the Arts Interactive Screen Workshop (agosto) y el International Festival of Streaming Media, en Amsterdam (octubre). Publicada en http://www.ctrl-z.org/magazine/2001/texts/eric.htm. Reproducción autorizada por el autor.

e influir en la agenda pública. No es que la educación-entretenimiento no pueda motivar el cambio de comportamiento, pero podría aprovecharse mejor si se aplica en las iniciativas de defensa y promoción, anuncios de servicio público y otros llamamientos más dirigidos, en lugar de esperar que logre cambios de comportamiento por sí sola. Puesto que las series bien elaboradas son absorbidas en la corriente de la cultura popular, pueden ser un vehículo poderoso para introducir temas en la agenda pública.

Generalización 7: La educación-entretenimiento promueve un énfasis menor en el mensaje en sí mismo y un énfasis mayor en el público. Los programas de entretenimiento no pueden ser eficaces a menos que sus productores respondan a las sensibilidades de su audiencia. El uso eficaz del humor y la emoción exige prestar mucha atención a los orígenes de dichos mecanismos narrativos en la cultura del público.

Generalización 8: El público de la educación-entretenimiento es un participante, no un objetivo. Puesto que la educación-entretenimiento es discursiva, se debe considerar que la audiencia es un socio con plenos derechos en el proceso de comunicación. Esto significa que los programas de educación-entretenimiento deben realizar un esfuerzo especial por hacer participar a los públicos en el proceso de desarrollo y elaboración de los guiones de los programas por medio de estudios y pruebas previas. Mientras más participativa sea esta investigación, mejor, ya que aumentará la veracidad y trascendencia del material para la audiencia. Adicionalmente, a medida que un programa de educación-entretenimiento adquiere aceptación y se convierte en parte del discurso público, los comunicadores en salud deben estar preparados para acoplarse al discurso que surja del programa, usar su lenguaje y responder a él, aunque ese discurso se aparte de los objetivos originales del programa.

Generalización 9: Las instituciones que se dedican a la educación-entretenimiento también cambian, porque participan en el discurso tanto como el público. Por ejemplo, algunos organismos de asistencia externa estadounidenses, como JHU/PCS y USAID, están cambiando como respuesta al discurso del que forman parte. Esto se ve en los cambios de terminología, orientada más hacia la salud reproductiva y los derechos de la mujer y menos a la planificación familiar en sí misma, en una mayor atención a las instituciones y contextos de los programas poblacionales, y una mayor aceptación de los métodos cualitativos.

Conclusión

Un planteamiento discursivo alentará a los profesionales del desarrollo a asumir una posición menos utilitaria y más funcional hacia las personas y comunidades a las que tratan de servir. Es decir, la comunicación se usará menos para manipular y más para participar en lo que la gente desea lograr en sus comunidades y sus sociedades. Al reconocer la naturaleza discursivamente integrada entre las personas y los sistemas sociales y el proceso histórico dinámico e inacabable de comunicación en el cual participan continuamente, nos vemos obligados a asumir una posición más modesta respecto de nuestra capacidad de crear el cambio. En lugar de eso, nos convertimos (o, según Bakhtin, ya lo somos inevitablemente) en participantes de un diálogo de desarrollo que vincula a las muchas entidades individuales, grupales e institucionales en un sistema social.

Esto no debería restarnos fuerzas como profesionales del desarrollo, sino más bien volvernos más modestos y cautelosos en lo que concierne a las metas que elegimos. He sostenido en otras oportunidades (Storey 1990, 1991, 1993) que el primer paso más desafiante en muchos proyectos de desarrollo —especialmente en los que tienen un fuerte componente participativo— podría ser simplemente lograr que la gente empiece a dialogar acerca de sus necesidades, metas, recursos y estrategias. Al introducirnos en el proceso continuo del discurso social de las personas y las sociedades que encontramos en nuestro trabajo, nos acercamos más, y quizá entramos, al espacio público en el que vienen obrando desde siempre. Al convertirnos nosotros mismos en participantes del discurso de aquellos a quienes tratamos de servir, les damos el encuentro en sus propios puntos de compromiso con sus propios intereses públicos y privados. Como profesionales del desarrollo, no podemos disgregarnos del entorno social y cultural, como tampoco pueden hacerlo nuestros clientes. Es esta participación en los sistemas discursivos relacionados con la salud la que tendrá el mayor impacto sostenido en el comportamiento y la situación de la salud y en el desarrollo en general.

Notas

1 Ambos proyectos fueron financiados por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por su sigla en inglés) en el marco del Acuerdo de Cooperación DPE-3052-A-00-0014-00 con el Johns Hopkins University Center for Communication Programs.

Bibliografía citada

Aftab Associates (1994). "A qualitative evaluation of the impact of Nijaat in the rural vicinity of Lahore, Pakistan". Informe de investigación sin publicar presentado al International Development Research Center (IDRC). Ontario, Canadá y Karachi, Pakistán.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.

Cleland, J. y Wilson, C. (1987). "Demand theories of the fertility transition: An iconoclastic view" en *Population Studies*, 41.

Coleman, P. (1988). "Enter-educate: A new word from Johns Hopkins" en *JO1CFP Review*, 15.

Conquergood, D. (1988). "Health theatre in a Hmong refugee camp: Performance, communication, and culture" en *TDR: The Drama Review*, 38 (1).

Faria, V. y Potter, J. (1994). "Television, telenovelas, and fertility change in Northeast Brazil". Ponencia presentada al seminario de IUSSP sobre Cambios en la fertilidad y valores. Sion, Switzerland.

Fishbein, M. y Ajzen, I. (1980). *The theory of reasoned action*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.

Fiske, J. (1987). "British cultural studies and television" en Allen, B. (ed.) *Channels of discourse: Television and contemporary criticism*. Chapel Hill, University of North Carolina Press.

Fiske, J. (1994). "Audiencing: Cultural practice and cultural studies" en Denzin, N. y Lincoln, E. (eds.) *Handbook of qualitative research*. Newbury Park, California, Sage.

Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings*. Brighton, U. K., Harvester.

García-Moreno, C. y Turmen, T. (1995). "International perspectives on women's reproductive health" en *Science*, 269.

Gerbner, G. (1973). "Cultural indicators—the third voice" en Gerbner, G.; Gross, L. y Melody, W. (eds.) *Communication technology and social policy*. New York, Wiley.

Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M. y Signorelli, N. (1980). "The mainstreaming of America: Violence profile Nº 2" en *Journal of Communication*, 30.

Hall, S.; Willis, P.; Hobson, D. y Lowe, A. (eds.) (1980). *Culture, media, language*. London, Hutchinson.

Hawkes, T. (1977). *Structuralism and semiotics*. Berkeley, University of California Press.

Katz, E. y Liebes, T. (1987). "Decoding Dallas: Notes from a cross-cultural study" en Newcomb, H. (ed.) *Television: The critical view*. New York, Oxford University Press.

Kincaid, L. (1993). "Using television dramas to accelerate social change: The enter-educate approach to family planning promotion in Turkey, Pakistan, and Egypt". Ponencia presentada en la conferencia anual de la International Communication Association. Washington, D. C.

Kincaid, L.; Jara, J.; Coleman, P. y Segura, F. (1988). *Getting the message: The communication for young people project* (USAID Special Study, 56). Washington, D. C., USAID.

Livingstone, S. (1990). *Making sense of television: The psychology of audience interpretation*. London, Routledge.

Lozare, B.; Hess, R.; Yun, S.; Gill-Bailey, A.; Valmadrid, C.; Livesay, A.; Khan, S. y Siddigni, N. (1993). "Effects of Aahat, a family planning television drama in Pakistan". Ponencia

presentada en la conferencia anual de la American Public Health Association. Washington, D. C.

McAnany, E. y Potter, J. (1993). "Entertainment television, public policy and fertility change: Brazilian telenovelas as sites for research". Ponencia presentada en la conferencia anual de la International Communication Association. Washington, D. C.

McGuire, W. (1987). "Theoretical foundations of campaigns" en Rice, R. E. y Atkin, C .K. (eds.) *Public communication campaigns*. Newbury Park, California, Sage.

Morley, D. (1980). *The "nationwide" audience*. London, BFI.

Morley, D. (1993). *Television, audiences and cultural studies*. London, Routledge.

Morson, G. y Emerson, C. (1990). *Mikhail Bakhtin: Creation of a prosaics*. Stanford, California, Stanford University Press.

Newcomb, H. (1984). "On the dialogic aspects of mass communication" en *Critical Studies in Mass Communication*, 1 (1).

Petty, R. y Cacioppo, J. (1981). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Dubuque, Iowa, William Brown.

Piotrow, P. y Coleman, P. (1992). "The enter-educate approach" en *Integration*, 31.

Piotrow, P.; Rimon, J.; Winnard, K.; Kincaid, L.; Huntington, D. y Conviser, J. (1990). "Mass media family planning promotion in three Nigerian cities" en *Studies in Family Planning*, 21.

Rimon, J.; Treiman, K.; Kincaid, L.; Silayan-Go, A.; Camacho-Reyes, M.; Abejuela, A. y Coleman, P. (1994). *Promoting sexual responsibility in the Philippines through music: An enter-educate approach* (Occasional Paper Series, 3). Baltimore, Johns Hopkins Center for Communication Programs.

Rogers, E. y Storey, D. (1987). "Communication campaigns" en Berger, C. y Chaffee, S. (eds.) *Handbook of communication science*. Newbury Park, California, Sage.

Rosengren, K. (1993). "Audience research: Back to square one—at a higher level of insight?" en *Poetics*, 21.

Singhal, A. y Rogers, E. (1989). "Television soap operas for development in India" en *Gazette*, 41.

Singhal, A.; Rogers, E. y Obregón, R. (1994). "*Simplemente María* and the formation of the entertainment-education strategy". Ponencia presentada en la conferencia anual de la American Public Health Association. Washington, D. C.

Storey, D. (1990). "Motivating participation in participatory research: Lessons from research on interpersonal communication and intragroup processes". Ponencia presentada al Participatory Research Working Group of the International Association for Mass Communication Research. Bled, Yugoslavia.

Storey, D. (1991). "History and homogeneity: Effects of perceptions of membership groups on interpersonal communication" en *Communication Research*, 18.

Storey, D. (1993). "Mythology, narrative and discourse in Javanese wayang: Toward cross-level theories for the new development paradigm" en *Asian Journal of Communication*, 3 (2).

Storey, J. Douglas. (1999). "Popular Culture Discourse and Development: Rethinking E-E from a Participatory Perspective" en Servaes, Jan y Jacobson, Thomas. *Theoretical Approaches to Participatory Communication*. IAMCR book series. Cresskill, New Jersey, Hampton Press, Inc. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Las transformaciones del mapa occult-tural

Gustavo Cimadevilla

Introducción

Los planteos de los últimos años acerca de la complejidad de lo urbano y las problemáticas de la diversidad cultural y la exclusión social permiten advertir una negación. No por la inexistencia o desaparición de propiedades del objeto que tratan, sino por lo oculto y *sub-merso* de algunos de sus referentes. Así, por ejemplo, para el pensamiento social y la gestión política lo rural parece una categoría que se ha subsumido bajo las preocupaciones por los problemas ciudadanos y urbanos y por los parámetros de racionalización de la vida occidental en que se encuentran padronizados e implicados.

El descuido no es azaroso, está en todo caso a tono con la época, según ya lo planteáramos anteriormente (1997), en el sentido de que los esfuerzos de conocimiento parecen más seducidos a tratar algunas temáticas como la globalización y regionalización, la mundialización de los flujos mediáticos e informáticos y sus impactos sociales, políticos y culturales. En esos casos, se parte generalmente de escenarios urbanizados, compleja tecnología e ingeniería social posindustrial. Lo rural, entonces, queda incluido y afectado, pero no necesariamente tratado, aunque su problematización no se agotara.

Ahora, ¿implica esto que lo rural está en vías de extinción tal como le preocupara a Le Play en el siglo pasado, o lo advirtieran Anderson o Guigou en los 60, por no citar a los apologistas de los 90?

Lejos de plantearlo en esos términos, esta discusión sostendrá que lo rural se manifiesta oculto en nuevos procesos que van más allá de la doble complejidad que planteara Lefebvre. En ese marco, cabe advertir que, en cierta interpenetración de los contrarios, la urbanización de lo rural y la ruralización de lo urbano nos enfrentan a un mapa regenerado de procesos sociales en los cuales, en muchos casos, la comunicación que los niega precisa revelar lo que implican en su existencia y diversidad.

Para llevar adelante la discusión, entonces, plantearé tres cuestiones que a mi entender se vinculan y alimentan la negación, y que tienen que ver con a) el modo-origen en que se establece la relación urbano-rural, b) la concepción civilizatoria del progreso que encuentra su éxtasis en lo urbano y c) la necesidad de mantener velada la interpenetración urbano-rural por lo que ello implica en términos de fracaso para la racionalidad instrumental.

Lo urbano como dominante en la relación

Si una de las preocupaciones, en el juego de tensión entre lo urbano y lo rural, se plantea en términos de la dominancia de un polo sobre otro, hay que reconocer que ello encuentra una pista de sentido en el propio inicio de la relación. Esto es, la sociedad tuvo que ser primero conscientemente urbana para reconocer la existencia de su otro lado: el rural. La sociedad tuvo que constituirse primero en agregados sobre la base del establecimiento de relaciones y de la interacción permanente para reconocer su opuesto de carencia vincular. Y para que ello se produjese, el aumento de las relaciones e interacciones encuentran teórica y espacialmente un lugar específico en donde se van a cultivar *per se*: las urbes. Los asentamientos urbanos suponen, entonces, concentración y ampliación de las posibilidades de relación, por oposición a los espacios abiertos que implican dispersión y mayor limitación relacional, en lo que más tarde se designará como rural.

En ese marco, en trabajos anteriores (Cimadevilla 1997) afirmamos que lo rural no se hubiese concebido como tal sin la existencia de su contrario. Es que si la especulación permite suponer que en un tiempo remoto el ambiente era genéricamente uno e indiferenciado, la distinción hizo posible cierta clase de categorización sólo cuando parte del territorio se delimitó y reconoció por cumplir una función específica. Por ejemplo, el de lugar de convivencia, ritual, intercambio y/o resguardo.

Ahora, que las urbes sean una consecuencia necesaria del carácter gregario que se le adjudica a la humanidad, o que resulte del carácter estratégico que asume la búsqueda de condiciones de sobrevivencia individual y colectiva no es un punto que encuentre respuestas taxativas. En sus estudios sobre la ciudad en la antigüedad, Frank Kolb (1992) se encarga de analizar las distintas razones que dieron origen a los conglomerados urbanos, las diversas funcionalidades de esos centros y el carácter diverso de las dinámicas que explican su devenir en la historia.

En ese sentido, avanzando en un paso la lectura, la urbe en cuanto ciudad como modalidad más compleja también se desarrolló en cada caso por causas particulares. «Ni se produjo al mismo tiempo en diferentes lugares —señala Kolb—, ni permite reconocer un desarrollo inevitable». Mientras para sumerios y acadios, por ejemplo, no hay una palabra para designar la ciudad debido a su falta de importancia vital o para la civilización egipcia carecía de gran sentido porque desarrollaba su vida política y económica fuera de ese entorno, para griegos y romanos era fundamental. En la América indígena, en tanto, vale reconocer que su mundo era predominantemente rural, donde —a decir de José Luis Romero (1976)— «vastas áreas apenas conocieron la vida urbana».

Así, si bien hay indicios de asentamientos urbanos con una antigüedad de 8.000 años aproximadamente, la palabra ciudad (*stat*) que designa un asentamiento con determinadas características aparece escrita por primera vez en documentos de la Baja Edad Media. Al mismo tiempo, aclara Kolb, que se forman los ayuntamientos medievales y se conciben ciertos derechos ciudadanos. Ponerse de acuerdo respecto de lo que ello implica, sin embargo, requiere de un capítulo aparte; por eso el concepto de urbano, más genérico y menos exigente en condiciones de situacionalidad, resulta más útil para tratar la dicotomía con el otro polo ambiental: lo rural.

La urbanidad en su modalidad compleja como ciudad, entonces, vendrá a consolidarse con el advenimiento de la modernidad, en la medida en que se generalice como espacio de agregación social dominante. Pero es justamente cuando se reconoce a la ciudad o a los poblados como tales, que los escenarios rurales convocaron interrogantes, manifestaron especificidades y sirvieron de parámetro para diferenciar a las nuevas organizaciones sociales de aglutinación.

En ese momento, en ese marco de cambio, reflexiona Williams (1989), «el contraste entre el campo y la ciudad es, de modo claro, una de las principales maneras por las cuales adquirimos conciencia de una parte central de nuestra experiencia y de las crisis de nuestra sociedad». O, para decirlo en otros términos, es una manera de tomar conciencia del carácter dinámico, inestable y vivo de la sociedad y del carácter opuesto de sus escenarios ambientales.

Un camino infinito hacia el progreso

Ahora bien, si el planteo de una condicionante originaria en la relación no basta para pensar por qué cierta dominancia pudo realimentarse y consolidarse, nuestra tesis se orienta entonces a seguir la pista de que la *concepción moderna del progreso* encuentra su éxtasis en lo urbano y con ello impone un rasgo constitutivo de superación civilizatoria.

Para ello, la lectura de tres de sus condiciones permite observar cómo se materializa esa idea en el proceso histórico. Esto es, en la lectura de a) la complejización de lo social, b) el dominio de lo técnico y c) la diferenciación espacial y productiva. Veamos:

a) La complejización social

Plantear las transformaciones sucesivas de las sociedades en términos de complejidades supone partir de un criterio dinámico en donde la complejidad, a decir de Morin (1996), es una palabra problema más que una solución. Esto es, donde lo que distingue una instancia sociohistórica de otra es el nivel de relaciones posibles entre sus actores y ambientes. Por tanto, de instancias de orden (organización) y de desorden (en cuanto potencialidad contingente) existentes y posibles en un determinado terreno. Así visto, lo cuantitativo afecta lo cualitativo y viceversa, si se entiende que la cantidad de actores e interacciones, la posibilidad del movimiento y el intercambio y la concepción abierta o cerrada del sistema de relaciones afecta el grado de simplicidad-complejidad existente. Ese parámetro, entonces, puede aplicarse para distinguir la agregación social como urbe y como ciudad en su modalidad más compleja.

En ese marco, la idea de sociedades simples y complejas —distinción de Bouglé— ya fue tratada por la incipiente antropología del siglo XIX (Mair 1970). Aunque el punto de inicio descriptivo era el nivel de manejo tecnológico e instrumental de un grupo humano, ello sirvió para calificar en general el tipo de sociedad de la que se trataba. Posteriormente, William Ogburn, por ejemplo, se atrevió a proponer a principios del siglo XX —y siguiendo a otros pensadores— que el elemento fundamental del cambio social era el tecnológico. Su tesis, comenta González Seara (1971), incluía un principio exponencial básico: «entre la magnitud del desarrollo cultural y el número de inventos mecánicos hechos en un tiempo dado existe una relación positiva».

Ahora bien, esa valoración del desarrollo cultural en términos de la creación de conocimiento y tecnología resulta dominante en la modernidad y se asocia espacialmente a aquellos escenarios en donde la concentración de esfuerzos y la elevación del hombre a través de sus obras cobra vida. Y ese escenario vivencial e ideario es el urbano. El de las múltiples posibilidades para hacer en la tierra lo que ya no se concibe como realización en el cielo. Es el escenario donde la vida gira y se realiza mediante el hacer y trascender en lo material: en la producción, el consumo y la creación sin límites del "progreso".

Los medios íntimos

Extracto de *Medios sin audiencia*

Eric Kluitenberg

Los medios de comunicación íntimos tienen un alto grado de retroalimentación del público. Generalmente, en los medios de radio y teledifusión la distancia entre el emisor y su audiencia remota es enorme, aunque sólo se debiera a la pequeña cantidad de emisores activos y al exceso de audiencia pasiva. Los mecanismos de retroalimentación son necesariamente complicados y burocráticos: una carta a los redactores o una línea de llamadas telefónicas sólo asequible para una fracción mínima del público. Los medios íntimos más bien son micromedios; hay una relación estrecha entre el emisor y el público. Idealmente, el emisor y la audiencia se conocen pero la relación siempre es más que una conversación cara a cara (como en el caso de una llamada telefónica).

Los medios íntimos son medios espontáneos. Surgen a nivel de base. Son transversales a todos los medios y tecnologías disponibles. Pueden ser de tecnología básica o avanzada. Lo que los caracteriza es la actitud. Estos medios abarcan desde las microimprentas hasta la radio no autorizada, la televisión pirateada, la transmisión vía internet, los aficionados por satélite, la microradio FM o las redes de banda ancha. Pueden ser organizados de manera profesional aunque normalmente no lo son. Lo más común es su aparición como medios no profesionales, por lo que su alcance no es económicamente viable. Los medios íntimos no suelen ser una buena opción de inversión.

Kluitenberg, Eric (2000). "Media Without an Audience". Ponencia presentada en el Banff Centre for the Arts Interactive Screen Workshop (agosto) y el International Festival of Streaming Media, en Amsterdam (octubre). Publicada en http://www.ctrl-z.org/magazine/2001/texts/eric.htm. Reproducción autorizada por el autor.

La idea de progreso, asociada a una nueva esperanza fundada en la razón y el conocimiento, ocupó la mentalidad del hombre que empezaba a denominarse "moderno". Ésta, sostiene Nisbet (1991), alcanza su plenitud en el período que va de 1750 a 1900. Y comenta: «De ser una de las ideas importantes de la civilización occidental pasó a convertirse en la idea dominante, incluso teniendo en cuenta la creciente importancia de ideas como las de igualdad, justicia social y soberanía popular, que también fueron focos directrices durante ese periodo».

Pero la idea no sólo fue albergue para la adhesión de los intelectuales y el sentido común de la gente. Su fuerza se manifestó también en el apoyo gubernamental a las instituciones —como la Royal Society de Londres o la Academia de Ciencias de París— y en la incorporación del planeamiento, la proyección y la técnica moderna a la vida ciudadana. Berman (1986), justamente para graficarlo en términos de lo que significaba como urbanidad, retrata en uno de sus pasajes de *La aventura de la modernidad* cómo San Petersburgo es quizás el ejemplo «más dramático» de esa modernización «draconiana» y de las características que asume.

El progreso, entonces, se instala en la intervención gubernamental que se proyecta con políticas *racionales y estratégicas* y acciones que indefectiblemente intentan mirar al futuro. Para los actores sociales, en tanto, ese cambio también implicó nuevas sensibilidades. Williams y Berman recurren a la poesía, la novela y el romance europeo para mostrar las transformaciones con las que se abre paso la modernidad.

Berman (1986), por ejemplo, encuentra en Rousseau (1712-1788) a un novelista que consigue retratar —en la obra *La nueva Eloisa*— la angustia de los jóvenes más inquietos del siglo XVIII que emigran de sus calmos paisajes rurales al *tourbillon social* de las capitales en plena expansión: «Yo comienzo a sentir la embriaguez a que esa vida agitada y tumultuosa me condena —dice su personaje principal, Saint-Preux—. Con tal cantidad de objetos desfilando delante de mis ojos, yo voy quedando aturdido. De todas las cosas que me atraen, ninguna toca mi corazón, aunque todas juntas perturben mis sentimientos, de modo que yo olvide lo que soy y cuál es mi lugar».

b) El dominio de lo técnico

Pero las bases de esa mirada sobre el futuro y el devenir del progreso descansaban en el conocimiento y en la fe acerca de lo que él representaba. En ese sentido, la fe en el progreso, afirma Nisbet, ha sido a lo largo de la historia una tendencia dominante. Ésta sostiene, como ya lo planteara Bury (1971), la idea de que la humanidad ha avanzado en el pasado —a partir de una situación inicial de primitivismo o barbarie— y que sigue y seguirá avanzando en ese camino también en el futuro. El progreso, entonces, es avance continuo. Las últimas fases o etapas son superiores a las primeras. Así, podríamos decir, de la idea se pasa a la ideología. A una argumentación que refiere a una finalidad última sin necesidad de precisar condiciones, esfuerzos ni beneficios excluyentes, porque se postula siempre "desde" y "para" absolutos. Pero, ¿qué se entiende por avanzar?, se pregunta Nisbet.

Si para algunos consiste en *el gradual perfeccionamiento de las virtudes morales* —San Agustín—, para otros —Comte, Hegel, Marx y Spencer— es *el perfeccionamiento cada vez mayor del conocimiento en general.*

La conciencia del progreso, entonces, era la del nuevo orden que la *"modernidad"* traía de la mano de la razón. Era, a decir de Habermas (1986), la conciencia de la adquisición de capacidades para la resolución de problemas y también la conciencia de la existencia de problemas nuevos.

La finalidad de las ciencias era ser útiles para el género humano, solía decir el científico Bacon. Por cuanto aumentar el conocimiento «equivale a extender la soberanía del hombre sobre la naturaleza» (Bury). Y lo urbano, representaba, desde esa perspectiva, un "triunfo" de la razón, de la ingeniería tanto social como infraestructural. La ciudad era el progreso; vivir en ella, un modo de acceder a una vida plena. Era un proyecto de vida personal que ya no estaba condicionado por un destino predeterminado, sino por la propia aventura de construir mediante el esfuerzo y el conocimiento la propia historia.

c) La diferenciación espacial y productiva

Ahora bien, en ese afán por el dominio de la naturaleza y lo dado, lo que se generaba era un modo de artificializar la vida por encima de su propia lógica de reproducción.

Si el mundo natural —razona Santos (1997)— mediante el intercambio de energía entre sus elementos conoce un movimiento perpetuo, por lo cual su identidad se renueva en cuanto se modifican sus aspectos, su artificialización acontece cuando factores externos devienen del hacer del hombre, que atribuye a las cosas un valor y por tanto suma al proceso de cambio natural un nuevo elemento que se constituye en dato social. Así, la diversificación de la naturaleza se ve complejizada por una diversificación socialmente atribuida y construida. El papel que en el mundo natural es representado por la diversificación de la naturaleza —continúa en su reflexión el autor— puede compararse, en el mundo histórico, al que es representado por la división del trabajo. Este cambio por la producción atribuye, a cada movimiento, un nuevo contenido y una nueva función a los lugares y sus objetos. Así, «el mundo humano se renueva y diversifica, esto es, reencuentra a su identidad y a su unidad en cuanto sus aspectos se modifican, se tornan otros».

Ahora, cuando la naturaleza no cargaba con un orden social que la artificializaba, puede decirse que el movimiento de las partes era causa y consecuencia de sus propias metamorfosis. El proceso, entonces, dependía únicamente de las energías naturales desencadenadas. Pero con la presencia del hombre y la creación de artefactos y tecnologías va aumentando el poder de intervención, a la vez que la autonomía relativa de quien lo conduce; y, al mismo tiempo, se va ampliando la diversificación de la naturaleza socialmente construida.

En ese marco, la división del trabajo puede verse, a decir de Santos, como un proceso por el cual los recursos disponibles se distribuyen social y geográficamente. El espacio, entonces, resulta funcionalmente subordinado a un hacer político de determinado orden de existencia y producción. Pero, también, de determinada concepción acerca de la modificación de la naturaleza como condición necesaria para la sustentación. Así, si lo urbano como complejidad de agregación fue dominante y convivió con la toma de conciencia acerca de la necesidad del orden y de la diversificación espacial, su retroalimentación jerárquica se sustentó en el modo en que se configuró ese orden y funcionalidad para garantizar la existencia de lo social. En su seno, por tanto, también se constituyó el devenir tecnológico y el dominio de la naturaleza como resultante de la fe en el progreso en cuanto razón.

Acerca de la interpenetración urbano-rural

Ahora bien, frente a ese proceso histórico en que la diferenciación urbano-rural se constituyó, resta preguntarse en qué consiste y qué implica esa distinción.

En un esfuerzo por analizar las diferencias "constantes y genéricas" entre ambos mundos, el clásico trabajo de Sorokin, Zimmerman y Galpin (1930) plantea nueve dimensiones para la distinción. Así, toman como criterio principal (1) el ocupacional; avanzan luego sobre (2) las diferencias ambientales; (3) el tamaño de las comunidades; (4) la densidad poblacional; (5) los aspectos de homogeneidad y heterogeneidad de las poblaciones; (6) la estratificación y complejidad social; se refieren posteriormente a (7) la movilidad social y (8) la dirección del flujo migratorio; y, finalmente a (9) las diferencias a nivel de integración social.

A partir de esa sistematización, entonces, una serie de hipótesis se elaboraron y discutieron en torno a ciertas "verdades" de lo rural en relación a lo urbano, como por ejemplo, que 1) la ocupación agrícola requiere de menor especialización en comparación a otras actividades profesionales o burocráticas propias del medio urbano; 2) el medio rural está más expuesto a las fluctuaciones y contingencias climáticas; 3) el tamaño de las comunidades rurales y 4) la densidad poblacional es menor; 5) las comunidades rurales tienden a ser más homogéneas en sus características psicosociales; 6) la estratificación y complejidad social son mayores en los centros urbanos; 7) la movilidad y dinámica social urbana es mayor a la rural; 8) el flujo migratorio predominante es desde el campo a la ciudad; y, finalmente 9) la integración social en términos de número de contactos por unidad de tiempo es mayor en el medio urbano (Sorokin y otros).

Pero con el avanzar de las décadas, algunas transformaciones económicas, tecnológicas y socioculturales que siguieron variados sentidos y otras mayores distinciones teóricas permitieron problematizar ese cuadro. La multiocupación del actor rural como rasgo distintivo de la época y el avance técnico-productivo pusieron en duda las afirmaciones acerca de la necesaria mayor especialización urbana y el carácter estático de lo rural. El creciente asentamiento de los hombres de campo en residencias urbanas, la mayor movilidad, el carácter de conectados al mundo comunicacional de los medios, la telefonía celular e incluso el internet rompieron con cierta imaginación acerca del aislamiento, la homogeneidad psicosocial y los problemas de integración. El uso rural de asentamientos tipo *country* y el "turismo del aire puro" también complicaron ese panorama de relaciones estáticas. La furia ambiental que en los últimos años afectó más a las ciudades y causó tremendos impactos en infraestructura y costes de vidas humanas replantearon también el problema de la relación con el ambiente [...].

La ruralidad latinoamericana no se confunde con la de Francia y su registro de un 27% de su población en esa categoría o la de Suiza con un 39%. El 55% de El Salvador, el 40% de Ecuador o Paraguay y cifras cercanas en Bolivia y Nicaragua o el aparente escaso 12% de Argentina no implican realidades superadas por la organización, la multiplicación de posibilidades de ser y hacer y los criterios urbanos, ni tampoco suponen, necesariamente, procesos de elección ciudadana respecto de dónde residir y qué estilo de vida seguir. En muchos casos lo rural se asocia con la pobreza, el "atraso", la falta de oportunidades y la ignorancia, entre otros.

En ese sentido, Jesús Martín Barbero (1999) insiste en la idea de diferenciar las culturas campesinas de las culturas rurales, justamente por las fuertes transformaciones que han sufrido en torno al avance de la racionalización de la vida moderna y el avance transversal de la tecnología en las rutinas cotidianas. Y afirma: «lo rural en su oposición a lo urbano se desfigura y se desubica por su acelerada exposición a la dinámica tecnológica en el ámbito de la producción y de los medios audiovisuales en el ámbito de la cultura».

¿Pero qué significa ese desdibujamiento, la pérdida de sus rasgos constitutivos o característicos? ¿Es entonces una forma de extinción?

Si como el propio Martín Barbero afirma, «las culturas tradicionales se ven cada vez más involucradas en procesos de interacción con las otras culturas de la nación y del mundo», lo que opera de manera constante son ciertas transacciones e intercambios mutuos que no necesariamente implican la dilución de las categorías, sino un modo más complejo de ser. Y esa reinvención del ser no es otra cosa que un modo histórico de reinventar las respuestas para los problemas diversos que plantea el ambiente sociocultural de la época. Ese ambiente es el que hoy vemos interpenetrado por las lógicas que marcaron la oposición.

Hay, en ese sentido, una interpenetración de contrarios en cierta urbanización de lo rural pero también en cierta ruralización de lo urbano o, como prefiere decir Martín Barbero, de cierta *des-urbanización* de la ciudad.

Lo rural se urbaniza en la medida en que los parámetros de racionalización de la vida occidental se imponen en los estilos de vida y lógicas productivas y de sociabilidad de los actores sociales rurales y sus espacios de reproducción vital. En ese sentido, advierte Mannheim (1959, «el trazo más característico del pensamiento moderno es su tentativa de abarcar una total racionalización del mundo». En ese marco, agrega, «la cualidad característica de la conciencia capitalista burguesa es que ella no conoce límites para el proceso de racionalización». Por oposición, la ruralización de lo urbano se da en la medida en que otros modos, estilos y lógicas de reproducción no siguen los dominantes de la razón instrumental y, de la mano de aquellos actores rurales que visten el paisaje urbano, comienzan a mimetizarse entre las prácticas cotidianas de la ciudad. La ruralización, también, se manifiesta —a decir de Martín Barbero— en «la emergencia de culturas de la sobrevivencia en base a saberes y valores rurales».

Ambos son como planos articulables y actualizables. Pueden diferenciarse y abstraerse e incluso catalogarse, pero conviven indiferenciados como si todo lo que allí sucediera fuese "natural". No son otra cosa que dimensiones en lo que lo sociocultural se evidencia en términos de prácticas y significaciones sobre el mundo y el hacer social. Pero a la hora de nominarlo, lo rural desaparece tras un velo urbano que todo lo tiñe en su superficialidad.

La dialéctica de lo concreto

Pero veamos en qué consiste esta retórica de aparente dualidad.

La comunicación, en uno de sus soportes clásicos —la prensa diaria— nos permite ofrecer los ejemplos. Dos noticias en tapa, del diario regional independiente *Puntal* (2000) de nuestra ciudad, permiten observar cómo se materializan esos procesos.

Celso Avancini, productor rural de 68 años con campo próximo a 20 km de la ciudad, ahora residente urbano, es noticia: *Iba por la avenida Italia* —relata el entrevistado— *para la zona de Las Ferias cuando al llegar a la esquina de calle Urquiza paré por el semáforo. Apenas paré, se me acercó un hombre robusto, con un arma larga, quien me dijo que me bajara. Yo no quería, pero no sé en qué momento me vi rodando por el suelo y cuando me reincorporé estaba casi en la vereda.*

Su camioneta, entonces, era utilizada por varios delincuentes que acababan de robar una sucursal del banco Provincia de la ciudad, noticia que ocupa varias páginas en el único matutino de la urbe. (*Puntal*, 13 de abril de 2000, tapa y páginas interiores).

Pocos días antes, Norma Torres también ocupa un espacio central y posa con su familia de nueve miembros en tapa. Norma Torres de Arce, comenta la nota, es "una vecina del barrio Las Delicias y espera que las trabas legales desaparezcan y el Concejo Deliberante (órgano legislativo municipal) pueda entregarle el caballo que ella pidió hace más de dos meses. La llegada del animal, aseguró la mujer de 36 años, *puede darle algo de respiro a esta familia de 9 miembros que viven con lo que la gente les da.* No es común que alguien pida un caballo en el Concejo —sigue comentando el cronista— pero ese simple gesto dejó al desnudo las trabas con las que pueden toparse los legisladores cuando algún ciudadano recurre a ellos. Y agrega en un apartado: "Con diferentes estrategias, las autoridades municipales intentaron históricamente desalentar la tarea de los cirujas y la presencia de los carros en el centro de la ciudad, pero el caso de Norma Torres deja en claro que un animal puede llegar a ser el único medio de vida". (*Puntal*, 5 de abril de 2000, tapa y página 18).

Dos historias, dos noticias de la urbe que sin embargo permiten leer los procesos de interpenetración de los contrarios a nivel de urbanización de lo rural

y ruralización de lo urbano. Don Avancini comparte hoy la lógica de que la racionalización del mundo citadino le ofrece junto a la comodidad cercana del crédito y la convivencia con el arrebato. Doña Torres ruraliza la ciudad y es para ella un modo de vida a partir de lo que conoce casi como única estrategia de sobrevivencia, independiente de su ruralidad y de lo que tradicional o culturalmente implica.

Pero para las notas lo rural ni siquiera es referente anecdótico. Las noticias son urbanas y las lógicas que las contienen también. La inseguridad y la pobreza manifiesta son parte del paisaje que la ciudad ha incorporado sin darse cuenta de en qué momento y con qué antecedentes. Independientemente de lo que pueden representar los actores, sus casos suman noticias que confirman cómo la ciudad vive.

¿Tiene sentido, entonces, preguntarse por lo rural?

El paso hacia recobrar esa dimensión en que cada actor vive paralelamente la urbanidad no debe pensarse como un recurso bucólico —a decir de Williams— o un referente de ingenuidad utópica, como si otro mundo estuviese al alcance de la mano o a veinte minutos de carretera. Recobrar la dimensión de lo rural puede ser, sin embargo, un modo concreto de insistir en la toma de conciencia, como el propio Williams afirmaba, de la crisis que vive la sociedad y lo que ello implica.

Porque lo rural negado por ese "natural" urbano ¿no responde acaso a una lógica inconsciente de mantener velada la interpenetración urbano-rural por lo que ello supone en términos de fracaso para la racionalidad instrumental? ¿En términos de lo que en la oposición se revela como negación de la diversidad y de la mirada necesaria para reconocer qué mundo se construye y hacia dónde va?

La comunicación que los niega, entonces, precisa revelar lo que implican en su existencia y complejidad. La diversidad de la vida y del modo en que puede constituirse lo social requiere de procesos de continua recuperación de la memoria, del contraste de las formas y de la discusión de los órdenes, porque en su conjunto son los que alimentan la posibilidad de reconstituir y generar nuevos proyectos sociales. Y para el papel del intelectual y del comunicador, ésa sigue siendo una tarea indelegable.

Las nuevas ruralidades, los continuos y/o nuevos procesos de reproducción, regeneración y mutación de lo rural exigen ser entendidos en las actuales lógicas de la alta contemporaneidad. Ellos no son otra cosa que la contracara oculta de la propia forma en que se constituye y moldea el todo social; incluso, con sus viejos y viciados problemas.

Bibliografía citada

Berman, M. (1986). *Tudo que é sólido desmancha no ar. A aventura da modernidade*. São Paulo, Companhia das Letras.

Bury, J. (1971). *La idea del progreso*. Madrid, Alianza Editorial.

Cimadevilla, G. (1997). "Relatos, informes y ensayos. Un recorrido por los estudios de comunicación rural" en Cimadevilla, G.; Carniglia, E. y Cantú, A. *La bocina que parla. Antecedentes y perspectivas de los estudios de comunicación rural*. Río Cuarto, Córdoba, Argentina, INTA-UNRC.

González Seara, L. (1971). *La sociología, aventura dialéctica*. Madrid, Tecnos.

Habermas, J. (1986). *La reconstrucción del materialismo histórico*. Madrid, Taurus.

Kolb, F. (1992). *La ciudad en la antigüedad*. Madrid, Gredos.

Lefebvre, H. (1953). "Perspectivas da sociologia rural" en Souza Martins, J. (1986) (org.) *Introdução crítica à sociologia rural*. São Paulo, Hucitec.

Mair, L. (1970). *Introducción a la antropología social*. Madrid, Alianza Editorial.

Mannheim, K. (1959). "O pensamento conservador" en Souza Martins, J. (1986) (org.) *Introdução crítica à sociologia rural*. São Paulo, Hucitec.

Martín Barbero, J. (1999). "Las transformaciones del mapa cultural: una visión desde América Latina" en *Ámbitos*, 2. Sevilla, enero-junio.

Morin, E. (1996). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona, Gedisa.

Nisbet, R. (1991). *Historia de la idea de progreso*. Barcelona, Gedisa.

Puntal (2000). Diario regional independiente, 5 y 13 de abril. Río Cuarto, Córdoba, Argentina, Editorial Fundamento.

Romero, J. L. (1976). *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Santos, M. (1997). *A natureza do espaço*. São Paulo, Hucitec.

Sorokin, P.; Zimmerman, C. y Galpin, C. (1930) "Diferenças fundamentais entre o mundo rural e o urbano" en Souza Martins, J. (org.) (1986). *Introdução crítica à sociologia rural*. São Paulo, Hucitec.

Souza Martins, J. (org.) (1986). *Introdução crítica à sociologia rural*. São Paulo, Hucitec.

Williams, R. (1989). *O campo e a cidade*. São Paulo, Companhia das Letras.

El programa de investigación de la modernidad/colonialidad

Extracto de *Cruzando fronteras y las fronteras del pensamiento*

Arturo Escobar

no se podría preguntar, ¿porqué un grupo de latinoamericanos o estudiosos de lo latinoamericano siente que es necesaria una nueva comprensión de la modernidad? Para entender plenamente la importancia de esta pregunta es útil empezar por discutir las tendencias dominantes en los estudios de la modernidad desde lo que podemos denominar las "perspectivas intramodernas" (este término se entenderá mejor a medida que avanzamos). Soy consciente de que la concepción de la modernidad que se presentará a continuación es bastante parcializada y discutible. No la presento con el propósito de "teorizar sobre la modernidad", sino para resaltar, por contraste, las claras diferencias entre el programa de investigación de la modernidad/colonialidad (MC) y los estudios dominantes sobre la modernidad. En última instancia, esta breve excursión por la modernidad tiene un objetivo político. Si la globalización implica la universalización y radicalización de la modernidad, tal como sugieren la mayoría de los debates intramodernos, ¿entonces qué nos queda por hacer? ¿Cómo podemos teorizar sobre el cambio social? ¿Se vuelve imposible la alteridad radical? [...] ¿La globalización es la última etapa de la modernidad capitalista o el inicio de algo nuevo? Como veremos más adelante, las perspectivas intramodernas y de

Cimadevilla, Gustavo (2000). Ponencia presentada en el Panel Comunicación Ciudadana y Diversidad Cultural, V Congreso de ALAIC. Santiago de Chile, abril. Reproducción autorizada por el autor.

la MC sobre la modernidad ofrecen respuestas muy diferentes a estas preguntas.

La globalización como la radicalización de la modernidad: una visión intramoderna de la modernidad

La idea de un proceso de globalización relativamente único, que surge desde unos pocos centros dominantes, aún prevalece. Es útil repasar brevemente como surgió esta imagen en una época reciente y por qué parece tan difícil combatirla. Desde una perspectiva filosófica y sociológica, la raíz del concepto de una globalización cada vez más dominante radica en ver la modernidad como un fenómeno esencialmente europeo. Recientes retos a esta visión, desde las periferias, han cuestionado el presupuesto previamente no analizado (que se puede apreciar en pensadores como Habermas, Giddens, Taylor, Touraine, Lyotard, Rorty, etc., al igual que en Kant, Hegel y los filósofos de la Escuela de Frankfurt anteriormente), de que la modernidad puede explicarse plenamente remitiéndose a factores internos a Europa. Las posturas de Habermas y Giddens han sido especialmente influyentes, y han creado un verdadero género propio de libros sobre la modernidad y la globalización. Desde esta perspectiva, la modernidad se caracteriza por lo siguiente:

1. *Históricamente*, la modernidad tiene orígenes identificables en el tiempo y el espacio: el norte de Europa en el siglo diecisiete (Francia, Alemania e Inglaterra en particular), en el contexto de los procesos de Reforma, Ilustración y la Revolución Francesa. Estos procesos florecieron a fines del siglo dieciocho (la *episteme* moderna de Foucault) y se consolidaron con la Revolución Industrial.
2. *Sociológicamente*, la modernidad se caracteriza por ciertas instituciones, en particular por el Estado nación, y por algunas características básicas como la *auto reflexividad* (la retroalimentación continua de conocimiento especializado de vuelta a la sociedad, transformándola); el *desarraigo* de la vida social de su contexto local, y la creciente influencia de fuerzas translocales sobre esta; el *distanciamiento del espacio/tiempo* o la separación del espacio y el lugar, dado que las relaciones entre "terceros ausentes" se vuelven más importantes que la interacción cara a cara (Giddens 1990).
3. *Culturalmente*, la modernidad también se caracteriza por la creciente apropiación de antecedentes culturales previamente dados por sentado, por formas de conocimiento especializado vinculadas a aparatos administrativos estatales y de capital (Habermas 1973). Habermas (1987) describe este proceso como la creciente racionalización del mundo de la vida, acompañado por la universalización y la individuación. La modernidad trae consigo un orden que se construye sobre la razón, el individuo, el conocimiento especializado y los mecanismos administrativos vinculados al Estado. El orden y la razón son vistos como las bases de la igualdad y la libertad, y han permitido el lenguaje de los derechos.
4. *Filosóficamente*, uno puede considerar que la modernidad se define por el surgimiento del concepto del "Hombre" como el fundamento de todo el conocimiento y el orden del mundo, como cosas separadas de lo natural y lo divino (un antropocentrismo profundo; Foucault 1973; Heidegger 1977; Panikkar 1993). Por otro lado, la modernidad es vista como el triunfo de la metafísica (entendida como una tendencia que se extiende desde Platón y algunos de los presocráticos hasta Descartes y los pensadores modernos, criticada por Nietzsche y Heidegger, entre otros), la que considera que la verdad lógica es el fundamento de una teoría racional del mundo, compuesto por cosas y entes conocibles y, por tanto, controlables (por ejemplo, Vattimo 1991). Vattimo considera que la modernidad se caracteriza por un concepto de la historia y su corolario, el progreso y la superación. Vattimo enfatiza la lógica del desarrollo, que es la creencia en la mejora y la superación perpetuas, como lo esencial para los cimientos filosóficos del orden moderno.

Críticamente, se considera que el desarraigo de la modernidad causa lo que Paul Virilio (1999) ha llamado la *delocalización global*, que incluye la marginalización del lugar (el aquí y ahora de la acción social) en la definición de la vida social. La cara inferior del orden y la racionalidad es vista de diversas maneras, desde la dominación y el desencanto causados por la secularización y la preeminencia de la razón instrumental, hasta la normalización de la vida y la disciplina de las poblaciones. Tal como lo planteó Foucault (1979), "la Ilustración, que descubrió las libertades, también inventó las disciplinas". Finalmente, el antropocentrismo de la modernidad se relaciona al logocentrismo y falogocentrismo, definidos sencillamente como el proyecto social de ordenar el mundo de acuerdo a principios racionales, desde la perspectiva de la conciencia masculina eurocéntrica, es decir, construir un mundo supuestamente ordenado, racional y predecible. El logocentrismo ha alcanzado niveles sin precedentes con la economización y tecnificación extremas del mundo (Leff 2000). Evidentemente, la modernidad no logró constituir una realidad total, sino decretó un proyecto totalizante que buscó purificar los órdenes (la separación entre nosotros y ellos, entre la naturaleza y la cultura), pero, inevitablemente, a lo largo del tiempo sólo produjo híbridos de estos opuestos (por ello, el dictamen de Latour 1993 de que "nunca hemos sido modernos").

¿Es una necesidad lógica creer que el orden esbozado líneas arriba es el único capaz de volverse global? Esto es cierto para la mayoría de los teóricos, desde cualquier lugar del espectro político. Giddens (1990) ha planteado este argumento con mayor fuerza: la globalización implica la radicalización y la universalización de la modernidad. La modernidad ya no es solamente un tema occidental dado que está en todas partes, y el triunfo de la modernidad es justamente que haya logrado volverse universal. Esto se podría llamar el "efecto Giddens": *De ahora en adelante, es modernidad de arriba a abajo, en todas partes y hasta el fin del tiempo.* No sólo se ha expulsado para siempre del terreno de lo posible la alteridad radical, sino que se han reducido todas las culturas y sociedades a ser manifestaciones de la historia y la cultura europea. El "efecto Giddens" parece estar en juego, directa o indirectamente, en la mayoría de los trabajos actuales sobre la modernidad y la globalización. Sin perjuicio de cómo se le califique, la "modernidad global" llegó para quedarse. Investigaciones antropológicas recientes sobre la "modernidad en general" (Appadurai 1996) han demostrado que la modernidad es considerada desterritorializada, híbrida, cuestionada, dispareja, heterogénea e incluso múltiple, o en función de cómo se relaciona, juega con, o procesa la modernidad; sin embargo, en ultima instancia, estas modernidades terminan por ser un reflejo de un orden social eurocéntrico, y suponen que la modernidad está en todos lados, como un hecho social ubicuo e ineludible.[1]

¿Es posible sin embargo que el poder de la modernidad eurocéntrica, como una *historia local particular*, provenga de haber producido *diseños globales particulares* de tal manera que ha "subalternizado" a las demás historias locales y sus correspondientes diseños? Si es así, ¿se podría postular la hipótesis de que las alternativas radicales a la modernidad no son una posibilidad históricamente excluible? En ese caso, ¿cómo podemos articular un proyecto en torno a esta posibilidad? ¿Puede pensarse, de una manera distinta, en una "exterioridad" al sistema mundial moderno? ¿Es posible qué se pueda concebir alternativas a la totalidad adjudicada a la modernidad, sin esbozar una totalidad diferente que lleve a diseños globales diferentes, sino una red de historias locales/globales construida desde la perspectiva de una alteridad políticamente enriquecida? Ésta es precisamente la posibilidad que se desprende del trabajo de un grupo de teóricos latinoamericanos que, tras mirar la modernidad a través del lente de

la colonialidad, cuestionan los orígenes temporales y espaciales de la modernidad, desatando así el potencial radical de pensar desde la diferencia, y hacia la construcción de mundos locales y regionales alternativos. A continuación, presentaré brevemente algunos de los argumentos principales de estos trabajos.[2]

El programa de investigación de la modernidad/colonialidad

La conceptuación de la modernidad/colonialidad está fundamentada en una serie de operaciones que la distinguen de las teorías establecidas de la modernidad. Entre ellas, brevemente, están las siguientes: 1) el énfasis en localizar los orígenes de la modernidad en la conquista de América y en el control del Océano Atlántico después de 1492, en vez de hitos comúnmente aceptados como la Ilustración o fines del siglo dieciocho,[3] 2) una atención persistente al colonialismo y a la creación del sistema mundial capitalista como elementos constitutivos de la modernidad; esto incluye la determinación de no pasar por alto la economía y sus formas asociadas de explotación; 3) en consecuencia, la adopción de una perspectiva mundial en la explicación de la modernidad, en lugar de considerar que la modernidad es un fenómeno intraeuropeo; 4) la identificación de la dominación de otros fuera del núcleo europeo como una dimensión necesaria de la modernidad, con la consecuente subalternización del conocimiento y de las culturas de estos otros grupos; 5) la concepción del eurocentrismo como la forma de conocimiento de la modernidad/colonialidad, una representación hegemónica y un modo de saber que reclama la universalidad para sí y depende de "una confusión entre la universalidad abstracta y la hegemonía mundial concreta que proviene de la posición de Europa como el centro" (Dussel 2000; Quijano 2000).

Una serie de nociones alternativas surgen de este conjunto de posiciones: a) sacar a la modernidad de sus supuestos orígenes europeos, lo que incluye deponer la secuencia lineal que vincula a Grecia, Roma, la cristiandad y Europa moderna; b) una nueva concepción espacial y temporal de la modernidad en función del rol fundacional de España y Portugal (la supuesta primera modernidad, que se inició con la Conquista) y su continuación en el norte de Europa con la Revolución Industrial y la Ilustración (la segunda modernidad, según Dussel); la segunda modernidad no reemplaza a la primera, sino que se superpone a ella hasta el presente; c) una focalización en la periferilización de las demás regiones del mundo por parte de esta "Europa moderna", siendo Latinoamérica el "otro lado" inicial de la modernidad (el lado dominado y oculto); y d) una reinterpretación del "mito de la modernidad", que no cuestiona el potencial emancipador de la razón moderna, sino desde la "cara oculta" de la modernidad, a saber, de la imputación de superioridad de la civilización europea, junto con la suposición de que el desarrollo europeo debe ser seguido unilateralmente por todas las demás culturas, incluso por la fuerza si fuera necesario, lo que Dussel (1993, 2000) denomina "la falacia del desarrollo". Algunas consecuencias adicionales incluyen la revalorización de las experiencias emblemáticas de la descolonización, desde la rebelión de Tupac Amaru y la revolución haitiana de 1804, hasta los movimientos anticoloniales de los años sesenta, como fuentes de una visión del futuro, por oposición a las fuentes convencionales, tales como la revolución francesa o estadounidense; y, en general, la necesidad de tomar en serio la fuerza epistémica de las historias locales, y pensar la teoría a través de la praxis política de los grupos subalternos.

Las conclusiones principales son, primero, que la unidad analítica apropiada para analizar la modernidad es la modernidad/colonialidad. En resumidas cuentas, que no hay modernidad sin colonialidad, y que esta última es constitutiva de la primera (en Asia, África, América Latina/el Caribe). En segundo lugar, que la "diferencia colonial" es un espacio epistemológico y político privilegiado. La gran mayoría de teóricos europeos (en particular, los "defensores de la patente europea sobre la modernidad", tal como los llama burlonamente Quijano) ha estado ciega a la diferencia colonial y la subalternización del conocimiento y las culturas que conllevó. Un enfoque sobre el sistema mundial moderno/colonial también visibiliza no sólo los conflictos internos (conflictos dentro de los poderes con la misma perspectiva mundial), sino también los que ocurren en los límites externos del sistema moderno/colonial, es decir, los conflictos con otras culturas y cosmovisiones.[4]

Conceptos y temas clave del programa de investigación de la modernidad/colonialidad

Algunos de los conceptos clave del corpus conceptual de este programa de investigación son:

- El *sistema mundial moderno colonial* como el conjunto de procesos y formaciones sociales que abarcan la colonialidad moderna y las modernidades coloniales; aunque es estructuralmente heterogéneo, integra las principales formas de poder dentro de un sistema.
- La *colonialidad del poder* (Quijano), un modelo global hegemónico del poder, establecido desde la Conquista, que articula la raza y el trabajo, así como el espacio y las personas, de acuerdo a las necesidades de capital y el beneficio de las poblaciones blancas europeas.
- La *diferencia colonial* y *la colonialidad global* (Mignolo), que se refieren a las dimensiones culturales y del conocimiento de los proceses de subalternación efectuados por la colonialidad del poder; la diferencia colonial enfatiza las diferencias coloniales persistentes dentro de las estructuras de poder globales.
- La *colonialidad del ser* (sugerida recientemente por Nelson Maldonado-Torres en debates grupales) como la dimensión ontológica de la colonialidad, en ambos lados del encuentro; basándose en Levinas, Dussel y Fanon, destaca el "exceso ontológico" que ocurre cuando unos se imponen sobre otros y, más aún, la efectividad potencial o real de los discursos con los que el otro responde a la represión tras esta confrontación (Maldonado-Torres 2003).
- *Eurocentrismo*, como el modelo de conocimiento que representa la experiencia local histórica europea, que se volvió globalmente hegemónica desde el siglo diecisiete (Dussel, Quijano); por consiguiente, la posibilidad de un *pensamiento* y epistemologías *no eurocéntricas*.

Todos estos conceptos están en sí mismos enraizados en conceptuaciones complejas que representan décadas de investigación; aun así, es evidente que son debatibles. También es importante presentar otras ideas que son más específicas a ciertos autores y están ganando terreno dentro del grupo. Estas incluyen los conceptos de exterioridad y transmodernidad de Dussel, y las ideas de Mignolo sobre el pensamiento fronterizo, la hermenéutica pluritemática y el pluriversalismo.

La cuestión de la existencia de una "exterioridad" al sistema mundial moderno/colonial es particular a este grupo y fácilmente malinterpretada. Originalmente fue propuesta y formulada cuidadosamente por Dussel (1976) en su obra clásica sobre la filosofía de la liberación y revisada en años recientes. Esta exterioridad no debe ser pensada como algo totalmente intacto y externo al sistema moderno. La noción de exterioridad no implica estar afuera ontológicamente, sino estar fuera en relación con aquello que el discurso hegemónico plantea como diferente. Esta idea de exterioridad surge principalmente de pensar en el Otro desde la perspectiva ética y epistemológica del marco de la filosofía de la liberación: el Otro como el oprimido, la mujer, el marcado racialmente, el excluido, el pobre, como naturaleza. Al plantear sus demandas desde la exterioridad en la que él/ella se ubica, el Otro se convierte en la fuente original de un discurso ético que se enfrenta a una totalidad hegemónica. Esta inter-

pelación del Otro viene desde fuera, o más allá, del marco institucional y normativo del sistema, como un desafío ético. Este desafío puede ser inicialmente "cuasi inteligible" (Dussel 1996) debido a la dificultad de establecer una interpelación significativa por personas explotadas a un sistema hegemónico (contra la idea de Habermas de una comunicación libre de dominación). Hay grados de exterioridad; en última instancia, el mayor reto es el cuestionamiento de la mayoría de la población mundial, ubicada en el Sur, que exige su derecho a la vida, a desarrollar su propia cultura, economía, política, etc. [...] No hay liberación sin racionalidad; pero no hay racionalidad *crítica* sin aceptar la interpelación de los excluidos, o ésta, inadvertidamente, no sería más que la racionalidad de la *dominación*. [...] Desde este Otro negado surge la praxis de la liberación como una "afirmación" de la Exterioridad y como origen del movimiento de negación de la negación. (Dussel 1996).[5]

Esto es precisamente lo que la mayoría de los teóricos europeos y europeos americanos no parece estar dispuesta a considerar: que es imposible pensar en trascender o superar la modernidad sin una aproximación desde la perspectiva de la diferencia colonial. Tanto Mignolo como Dussel ven aquí un límite estricto a la deconstrucción y a las diversas críticas eurocéntricas del eurocentrismo; en suma, éstas siguen siendo pensadas desde dentro de las categorías eurocéntricas (por ejemplo, el liberalismo, el marxismo o el postestructuralismo), y no desde un pensamiento fronterizo posibilitado por la diferencia colonial. En resumidas cuentas, las críticas de la modernidad son ciegas a la diferencia colonial (epistémica y cultural) que se vuelve el foco de la modernidad/colonialidad.

El concepto de Dussel de la *transmodernidad* apunta a la posibilidad de un diálogo no eurocéntrico y crítico con la alteridad, uno que hace plenamente posible la "negación de la negación" al que los otros subalternos han sido sometidos, y que no ve el discurso crítico como intrínsecamente europeo. El rescate de los contra discursos no hegemónicos y censurados, y de la alteridad constitutiva de la modernidad, forma parte integral de este esfuerzo. Éste es el principio ético de la liberación del Otro negado, para el cual Dussel acuña el término "transmodernidad", que se define como un proyecto para superar la modernidad, no sólo negándola sino pensándola desde su lado oculto, desde la perspectiva del Otro excluido. La transmodernidad es un proyecto con miras a futuro, que busca la liberación de toda la humanidad (1996), "un proyecto de liberación ética global, en el que la alteridad, que es parte integral de la modernidad, se vería realizada" (2000), "en el que tanto la modernidad como su alteridad negada (las víctimas) se realizan mutuamente en un proceso de fertilización recíproca" (1993). En suma, la transmodernidad no puede surgir desde dentro de la modernidad, sino que requiere de la acción y la solidaridad "incorporante" de los grupos subalternos, los objetos de la violencia constitutiva de la modernidad, arraigados en, entre otros aspectos, la falacia desarrollista. En vez del proyecto racional de una ética discursiva, la transmodernidad se convierte en la expresión de una ética de la liberación.

Los conceptos de Mignolo de *pensamiento fronterizo*, *epistemología fronteriza* y la *hermenéutica pluritemática* son importantes en este sentido. Éstos indican la necesidad «de un tipo de pensamiento que transita por una diversidad de procesos históricos» (Mignolo 2001). Por cierto, no hay tradiciones de pensamiento originales a las cuales remitirse. En vez de reproducir universales abstractos occidentales, la alternativa es el tipo de pensamiento fronterizo que «integra el colonialismo de la epistemología occidental (desde la izquierda y la derecha) desde la perspectiva de las fuerzas epistémicas que han sido convertidas en formas de conocimiento subalternas (tradicionales, folclóricas, religiosas, emocionales, etc.)» (2001). Reposicionando la metáfora de Anzaldúa de la frontera en el dominio de la colonialidad, Mignolo esboza la posibilidad de "pensar de otra manera", desde la exterioridad interior de la frontera. Es decir, dedicarse al pensamiento fronterizo implica ir más allá de las categorías creadas e

impuestas por la epistemología occidental. No sólo se trata de cambiar los contenidos, sino los términos mismos de la conversación. Tampoco se trata sólo de reemplazar las epistemologías existentes; éstas sin duda seguirán existiendo y por tanto seguirán siendo viables como espacios de, y para, la crítica. Más bien, lo que él reclama «es el espacio para una epistemología que proviene de la frontera y busca lograr transformaciones políticas y éticas». Finalmente, si bien Mignolo reconoce la continuidad de la importancia de la crítica monotópica de la modernidad por parte del discurso crítico occidental (crítica desde un solo espacio unificado), él sugiere que esta debe confrontarse con la(s) crítica(s) que provienen de las diferencias coloniales, que constituyen el pensamiento fronterizo. El resultado es una "hermenéutica pluritópica" (un término que él parece adaptar de la "hermenéutica diatópica" de Pannikar), una posibilidad de pensar desde diferentes espacios, que logra romper con el eurocentrismo como perspectiva epistemológica única. Esta es una crítica doble a la modernidad desde la perspectiva de la colonialidad, y desde fuera del sistema mundial moderno/colonial. Debe quedar claro, sin embargo, que el pensamiento fronterizo implica tanto el "desplazamiento como la partida" (2000), una crítica doble y una afirmación positiva de un orden alternativo de lo real. En suma, el pensamiento fronterizo apunta a otro tipo de hegemonía, una que es múltiple. Como proyecto universal, la diversidad nos permite imaginar alternativas al universalismo (se podría decir que, desde esta perspectiva, la alternativa al universalismo no es el particularismo sino la multiplicidad).

> «La frase de Huntington, "el Oeste y el resto", es el modelo por superar, siendo el "resto" el lugar desde el que emerge el pensamiento fronterizo de la diversidad, donde la "mundialización" crea nuevas historias locales que reformulan y readaptan los diseños globales occidentales [...] y transforma las historias locales (europeas) de las que tales diseños surgieron. [...] "Interdependencia" podría ser la palabra que resume el romper con la idea de *totalidad* y conlleva la idea de *redes*, cuya articulación requerirá principios epistemológicos que he denominado en este libro "pensamiento fronterizo" y "gnosis fronteriza", como rearticulación de la diferencia colonial: la "diversalidad como un proyecto universal", que significa que las personas y las comunidades tienen el derecho de ser diferentes precisamente porque "nosotros" somos iguales» (2000).

Mignolo (2000) señala que: «No hay duda de que Quijano, Dussel y yo estamos reaccionando no sólo a la fuerza de un imaginario histórico sino también a la presente realidad de este imaginario». El corolario es la necesidad de construir discursos desde la perspectiva de la modernidad/colonialidad "orientados a la búsqueda de una lógica distinta". Este proyecto tiene que ver con la rearticulación de los diseños globales por y desde las historias locales, con la articulación entre el conocimiento subalterno y hegemónico desde la perspectiva del subalterno, con reformular la diferencia colonial hacia una cultura sofisticada, tal como el proyecto Zapatista, que reformula el marxismo, tercermundismo y el indigenismo sin ser ninguno de ellos, siendo un excelente ejemplo del pensamiento fronterizo. Aunque «no hay nada fuera de la totalidad [...] la totalidad siempre se proyecta desde una historia local dada», se vuelve posible pensar en «otras historias locales que produzcan totalidades alternativas o una alternativa a la totalidad». Estas alternativas no se basarán en la dupla "globalización/civilización" que es inherente a la modernidad/colonialidad; más bien se construirán sobre la base de la relación "*mundialización*/cultura" que se centra en las historias locales en las que los diseños coloniales globales necesariamente se transforman, y con ello transformarán también las historias locales que las crearon. A diferencia de la globalización, la *mundialización* destaca las múltiples historias locales que, al cuestionar los diseños globales (por ejemplo, la globalización neoliberal), apuntan a formas de globalidad que surgen de "culturas de transitoriedad", y van contra la homogeneidad cultural que tales diseños fomentan. La diversidad de la *mundialización* es contrapuesta aquí con la homogeneidad de la globalización, y apunta a órdenes sociales múltiples y diversos.

En suma, la perspectiva de la modernidad/colonialidad ofrece un marco alternativo para los debates sobre la modernidad, la globalización y el desarrollo; no es sólo una descripción distinta de los eventos, es un cambio epistémico de perspectiva. Al hablar de la diferencia colonial, este marco resalta la dimensión de poder que muchas veces se pierde en los debates relativistas sobre la diferencia cultural. Debates recientes sobre la interculturalidad, como por ejemplo, el reciente escenario político y cultural ecuatoriano, profundizan este entendimiento (Walsh 2003). En suma, el programa de investigación MC es un marco construido desde la periferia latinoamericana del sistema mundial colonial moderno; ayuda a comprender la dinámica del eurocentrismo en la construcción de la modernidad e intenta trascenderlo. Si revela el lado oscuro de la modernidad, no lo hace desde una perspectiva intra epistémica, como en los discursos críticos europeos, sino desde la perspectiva de los destinatarios de los supuestos beneficios del mundo moderno. La modernidad/colonialidad también demuestra que la perspectiva de la modernidad es limitada y se agota en su supuesta universalidad. Al mismo tiempo, demuestra las deficiencias del lenguaje de las modernidades alternativas en el sentido de que estas últimas incorporan los proyectos de los no modernos en un sólo proyecto, perdiendo las perspectivas subalternas y subordinándolas, dado que incluso con su carácter híbrido, las perspectivas subalternas no tratan sólo sobre ser modernas sino también plurisignificativas, interconectadas y plurales. Por último, al resaltar la falacia desarrollista, la modernidad/colonialidad no sólo nos obliga a enfocar nuestra atención en el hecho general del desarrollo, sino que también ofrece un contexto para interpretar los múltiples retos al desarrollo y la modernidad, tratándose de diversos proyectos con potencial para complementarse y reforzarse mutuamente. Tal como sostiene Mignolo, mas allá de Latinoamérica este enfoque «es una teoría *desde/del* Tercer Mundo, *pero no sólo para el Tercer Mundo*. [...] La teorización del Tercer Mundo también es *para* el Primer Mundo, en el sentido de que la teoría crítica se subsume e incorpora en una nueva ubicación geocultural y epistemológica».[6]

Por último, el trabajo de este grupo tiene algunas consecuencias para los estudios latinoamericanos en Estados Unidos, Europa y otros lugares. La perspectiva MC se distancia de ver a "América Latina" como objeto de estudio (en relación con el cual los estudios latinoamericanos en Estados Unidos serían el "sujeto que conoce") y entiende a América Latina como un sitio geohistórico, con y dentro de una genealogía crítica particular de pensamiento. La modernidad/colonialidad sugiere que la globalización debe ser entendida desde una perspectiva geohistórica y crítica latinoamericana. De esta manera, el enfoque MC propone una alternativa a la genealogía de las ciencias sociales modernas que todavía son la base de los estudios latinoamericanos en Estados Unidos. Así, los *estudios latinoamericanos* en Norteamérica o Europa, y el *pensamiento social crítico* en América Latina (que ofrece el fundamento epistémico al grupo MC) surgen como dos paradigmas *complementarios pero distintos*.[7] Esto también significa que, como perspectiva epistémica, el programa de investigación MC no está asociado a nacionalidades o lugares geográficos particulares. Por ello, para estar en el lugar pensado por el proyecto MC no es necesario ser latinoamericano ni vivir en el continente. "América Latina" misma se vuelve una perspectiva que puede practicarse desde muchos espacios si se hace desde perspectivas contrahegemónicas, que desafían el supuesto mismo sobre Latinoamérica como objeto de estudio plenamente constituido, previo y externo a los discursos frecuentemente imperialistas que la construyen.

Notas

1 A pesar de no haber realizado una búsqueda exhaustiva, me parece que una visión *eurocentrada* de la modernidad está presente en la mayor parte de las conceptualizaciones sobre la modernidad y la globalización en la filosofía, geografía, antropología y las comunicaciones, en todos los lados del espectro político. Sin duda, aunque muchas de estas obras son contribuciones importantes a la comprensión de la modernidad, su eurocentrismo tiene consecuencias teóricas y políticas. Algunas de estas obras se relacionan explícitamente con el trabajo de Giddens y desarrollan una conceptualización elegante y coherente de la globalización desde esta perspectiva (por ejemplo, Tomlinson 1999); otros tienen una orientación más etnográfica (por ejemplo, Englund & Leach 2000, y Kahn 2001 para ver reseñas; así como Appadurai 1996, más las obras inspiradas por el trabajo de este autor), o una orientación histórica-cultural (por ejemplo, Gaonkar 2001). Algunos sostienen la pluralidad de la globalización (es decir, globalizaciones), pero explican esta pluralidad desde la política y la economía, dando por sentado una estructura cultural dominante (véase la edición especial de *International Sociology on Globalizations*, Vol. 15, número 2, junio del 2000; por ejemplo, Wallerstein 2002). Un concepto eurocentrado y eurocéntrico de la modernidad también está presente en la mayor parte de las obras de izquierda, tales como Hardt y Negri (2000). La reinterpretación de estos autores de la historia europea de la soberanía a la luz de las actuales estructuras biopolíticas de poder, así como su formulación de la resistencia en la filosofía occidental de la inmanencia son elementos innovadores para replantear la modernidad. Sin embargo, su eurocentrismo se torna particularmente problemático en su identificación de las fuentes potenciales de acción radical y en su creencia de que no existe nada fuera de la modernidad (nuevamente, "a la Giddens"). La respuesta de la perspectiva MC a la postura de que "no existe nada fuera" es la idea de la exterioridad de la modernidad/colonialidad, que no es compartida por ninguno de los autores que siguen la tradición de la modernidad eurocentrada.
Las reflexiones antropológicas recientes sobre la modernidad también han sufrido grandes cambios. En Estados Unidos, la antropología de la modernidad se ha enfocado nuevamente tanto en "modernidad en el extranjero" como en la participación de las personas (mayormente no especialistas) en ella. Esta aproximación ha sido importante para fundamentar la comprensión de la modernidad en casos etnográficos. Tal como ha indicado Kahn (2001) en una reciente reseña, en general estas obras han pluralizado la idea aceptada de la modernidad como un proceso homogéneo. Sin embargo, se deben analizar las diversas maneras en las que la modernidad ha sido "pluralizada". La mayoría (por ejemplo, Pred & Watts 1992; Gupta 1998; Sivaramakrishnan y Agrawal c. 1999; Arce y Long 2000) debate sobre las "modernidades alternativas" (calificadas también como "híbridas", "múltiples", "locales", etc.) que surgen del encuentro dinámico entre formas dominantes (usualmente occidentales) y no dominantes (por ejemplo, locales, no occidentales y regionales). Sin embargo, en estas obras no hay una concepción unificada de qué es precisamente la modernidad. Las referencias van desde Baudelaire a Kant, Weber, Giddens y Habermas. Kahn tiene razón cuando dice que afirmar que la modernidad es plural y luego mostrar etnográficamente cómo se localiza tiene limitaciones en cuanto a la teoría. Sin embargo, su exigencia de una antropología de la modernidad basada por ejemplo en las teorías de Hegel, Weber y Habermas, agrava el problema en vista del eurocentrismo de la mayoría de estos pensadores (véase Dussel 1993 para un análisis del profundo etnocentrismo de Hegel y Habermas, cuyas obras «se parecen en algo al sonido de las trompetas de Wagner»). Tal como señala Ribeiro en su comentario sobre Kahn, «la modernidad está sujeta a la indigenización, pero esto no significa que ésta sea una categoría nativa» (2001). Me parece que lo que se pierde en estos debates es el concepto de la diferencia tanto como un objeto primario de la antropología y como base para la construcción teórica y la acción política. En última instancia, el límite de pluralizar la modernidad está dado por el hecho de que termina por reducir toda la práctica social a ser una manifestación de la experiencia y voluntad europea, independientemente de cómo se le califique. Englund y Leach (2000) plantean un argumento relacionado en su crítica de los relatos etnográficos de múltiples modernidades; sostienen, acertadamente en mi opinión, que estas obras vuelven a introducir al análisis una meta narrativa de la modernidad, sea "la dialéctica" que se mantiene como núcleo (europeo) o un llamado interesado a un "contexto más amplio" o una "perspectiva de gran escala". El resultado es un relativismo débil y una pluralización de las modernidades que refleja los prejuicios personales del etnógrafo. Englund y Leach señalan la necesidad de prestar renovada atención al conocimiento etnográfico como la clave para determinar cuáles contextos son pertinentes para una investigación, antes de que ese contexto sea imputado a esta o aquella versión de la modernidad. Desde esta perspectiva, aún hay una pregunta: *¿Qué otros tipos de afirmaciones teóricas y políticas podríamos hacer dadas las perspectivas de las etnografías de la modernidad* que no son tomadas en cuenta por sus autores? En suma, me parece que en muchas obras antropológicas recientes, en primer lugar, se redefine la modernidad de una manera que la disuelve y priva de tener la apariencia de una coherencia histórica, y menos aún de tener una lógica unitaria, social y cultural, y en segundo lugar, que la modernidad se puede encontrar, etnológicamente, en cualquier lugar, siempre plural, cambiante y controvertida. Parece que se necesita un nuevo balance. Al fin y al cabo, *¿por qué todavía estamos tan prontos a asignar al capitalismo efectos poderosos y sistemáticos*, con una lógica coherente y, para muchos, totalizante, *a la vez que negamos que la modernidad tiene una importante conexión con una lógica cultural coherente, y menos aun con un proyecto de dominación?*

2 Ésta es, en el mejor de los casos, una presentación muy esquemática de las ideas de este grupo. En términos generales, el grupo está relacionado con las obras de unas cuantas figuras centrales, principalmente el filósofo argentino/mejicano Enrique Dussel, el sociólogo peruano Aníbal Quijano y, más recientemente, el semiótico y teórico cultural argentino-estadounidense Walter Mignolo. Sin embargo, hay un número creciente de académicos asociados al grupo (por ejemplo, Edgardo Lander en Venezuela; Santiago

Castro-Gómez, Oscar Guardiola y Eduardo Restrepo en Colombia; Catherine Walsh en Quito; Zulma Palermo en Argentina; Jorge Sanjinés en Bolivia; Freya Schiwy, Fernando Coronil, Ramón Grosfogel, Jorge Saldivar, Ana Margarita Cervantes-Rodríguez, Agustín Lao Montes, Nelson Maldonado-Torres, y yo mismo en Estados Unidos). Tienen una relación más informal con los miembros del grupo: Linda Alcoff y Eduardo Mendieta (asociados con Dussel); Elina Vuola (Institute of Development Studies, Helsinki); Marisa Belausteguigoitia en Ciudad de México; Cristina Rojas (Canadá/Colombia). Hay una serie de estudiantes de doctorado quienes están trabajando en el programa MC en varias universidades en Quito y México, así como en Duke/UNC. Mi primer contacto con algunos de los miembros del grupo se dio en Caracas en 1991 en un seminario sobre la teoría crítica, donde conocí a Lander y Quijano. Esto fue seguido de una sesión conjunta sobre "Alternativas al eurocentrismo" en el Congreso Mundial de Sociología en Miami en 1998, que dio lugar a una obra colectiva (Lander 2000). En los últimos años, el grupo se ha reunido en varios proyectos y lugares: el programa de doctorado sobre "Estudios de la cultura" en la Universidad Andina Simón Bolívar en Quito, dirigido por Catherine Walsh; el programa doctoral sobre el "Pensamiento crítico en América Latina" en la nueva Universidad de la Ciudad de México, en Ciudad de México; el proyecto de la geopolítica del conocimiento compartido entre el Instituto Pensar (Universidad Javeriana, Bogotá), la Universidad Andina (Quito), y Duke University y la University of North Carolina en Chapel Hill en Estados Unidos y el departamento de estudios étnicos en Berkeley. Para las ideas principales presentadas en este trabajo, véase Dussel ([1975] 1983, 1992, 1993, 1996, 2000); Quijano (1988, 1993, 2000; Quijano & Wallerstein 1992); Mignolo (2000, 2001; Mignolo, ed. 2001); Lander (2000); Castro-Gómez (1996); Coronil (1996, 1997); Rojas (2001). Pocos de estos debates han sido traducidos al inglés. Véase Beverly y Oviedo (1993) para obras de estos autores en inglés. Una reciente edición en inglés ha sido dedicada a la obra de Dussel, titulada apropiadamente como *Thinking from the Underside of History* (Alcoff & Mendieta 2000). La revista *Nepantla. Views from South*, fue fundada recientemente en Duke University y se centra en parte en las obras de este grupo. Véase especialmente el Vol. 1, No. 3 de 2000, con las contribuciones de Dussel y Quijano, entre otros. Otros volúmenes colectivos que ya han sido producidos por el grupo incluyen: Castro-Gómez y Mendieta (1998); Castro-Gómez (2000); Mignolo (2001); Walsh, Schiwy y Castro-Gómez (2002). Otro volumen en inglés, de Grosfogel y Saldívar, está siendo preparado.

3 La elección del punto de origen no es simplemente una cuestión de preferencias. La Conquista y colonización de América es el momento formativo en la creación del Otro de Europa; es el punto de origen del sistema capitalista mundial, facilitado por el oro y la plata de América; es el origen del concepto europeo de la modernidad (y evidentemente, de la primera modernidad, la ibérica, que luego fue opacada por el apogeo de la segunda modernidad); es el punto de partida del occidentalismo como imaginario predominante, y de la autodefinición del sistema mundial moderno/colonial (que subalternó el conocimiento periférico y creó, en el siglo dieciocho, el Orientalismo como el Otro). El siglo diecisiete también fue escenario de debates críticos sobre "los derechos de las personas", especialmente los debates teórico-legales en Salamanca, que luego fueron suprimidos por el discurso sobre los "derechos del hombre" en el siglo dieciocho. Finalmente, con la Conquista y la colonización, América Latina y el Caribe surgen como la "primera periferia" de la modernidad europea.

4 Diversos autores destacan distintos factores en la creación y funcionamiento de la modernidad/colonialidad. Por ejemplo, para Quijano, el proceso clave en su constitución es la clasificación y dominación colonial en función de la raza. La colonialidad es el quid de la modernidad precisamente por la persistencia del concepto de raza. El segundo proceso clave es la constitución de una estructura de control del trabajo y los recursos. Dussel resalta la violencia original creada por la modernidad/colonialidad (véase también Rojas 2001), la importancia de la primera modernidad (ibérica) en la estructura de la colonialidad, y por supuesto, la invisibilización de lo no europeo (la negación de su alteridad), particularmente de América Latina como la primera periferia de la modernidad. Mignolo también se refiere a fuentes externas a Iberoamérica para su conceptuación del "pensamiento fronterizo", el tipo de pensamiento que trae consigo la de-subalternización del conocimiento y la racionalidad. El proyecto de Mignolo busca realizar una genealogía de historias locales que conduce a diseños globales, de manera que facilite el surgimiento de otros diseños a partir de otras historias locales desde el pensamiento fronterizo y la diferencia colonial. Algunas de estas diferencias se explican sobre la base de estructuras, énfasis y objetivos ligeramente distintos: viene a ser la economía política para Quijano, la filosofía de la liberación para Dussel y la literatura y epistemología para Mignolo. Sin embargo, para la mayoría de estos autores el marxismo y la cuestión económica siguen siendo primordial.

5 El concepto de Dussel de la exterioridad tiene varias fuentes, principalmente el concepto de Levinas de la contradicción Totalidad-Exterioridad, causado por la interpelación ética del Otro (como pobres por ejemplo). También se inspira en la idea de Marx de vivir el trabajo como el Otro radical en relación con el capital. Dussel expresa sus opiniones utilizando la teoría de acciones de habla y de comunicación (especialmente la de Apel, pero también de Habermas y Searle). Sobre todo, Dussel introduce el concepto de la exterioridad y la alteridad como esenciales a su filosofía de la liberación; la exterioridad se vuelve una negatividad desde la que la dominación del Otro puede ser descubierta. Hay un claro aspecto político en la intervención de Dussel, que puede ser vista por tanto como una teoría original y una radicalización del trabajo de Levinas y otros. Para Mignolo, así como Quijano, «el sistema moderno mundial se ve distinto desde su exterioridad» (2000). Mignolo construye sobre la base de Dussel y otras fuentes, desde Fanon y W.E.B. Du Bois hasta Anzaldúa y escritores del Caribe y el Maghreb, tales como Glissant, Béji y Khatibi. Las teorías de la "doble conciencia", doble crítica, el pensamiento distinto, la criollización y las culturas de la transitoriedad se han convertido en equivalentes de su concepto de pensamiento fronterizo. La teoría de la exterioridad de Mignolo está relacionada con la de Dussel, pero tiene otro énfasis. Mignolo diferencia las "fronteras interiores" del sistema mundial moderno/colonial (por ejemplo los conflictos imperiales entre España e Inglaterra) y sus "fronteras exteriores" (por ejemplo, los conflictos imperiales con las culturas que están siendo colonizadas, como España y el mundo árabe, entre España y los aztecas, o entre los ingleses y la India en el siglo diecinueve). La diferencia colonial se hace visible desde fuera de la historia universal del sistema moderno mundial; posibilita romper con el eurocentrismo como una perspectiva epistemológica. Sin esta exterioridad en la que residen los conocimientos subalternos, «la única alternativa que queda es la lectura constante de los grandes pensadores de Occidente en busca de nuevas formas de imaginar el futuro» (2000). Mignolo desarrolla su idea del pensamiento fronterizo como «pensar desde otro lugar, imaginarse otro idioma, argumentar desde otra lógica». El conocimiento subalterno se concibe desde las fronteras del sistema mundial moderno/colonial, y busca romper con la dominación del eurocentrismo. El pensamiento fronterizo se refiere a «los momentos en los que se rompe el imaginario del sistema mundial» (2000), «una epistemología de y desde la frontera», una especie de «doble crítica» (Khatibi) que critica tanto el occidentalismo/eurocentrismo, así como las mismas tradiciones excluidas; esta capacidad proviene de su ubicación en las fronteras (Anzaldúa). El pensamiento fronterizo es una forma de pensamiento ético porque, desde su marginalidad, no tiene una dimensión etnocida. Su objetivo no es corregir mentiras y decir la verdad sino «pensar distinto, avanzar hacia "otra lógica"—en suma, cambiar no sólo la forma sino el contenido de la conversación»—. El pensamiento fronterizo permite una nueva perspectiva sobre la diversidad y alteridad del mundo, una que no cae en la trampa de una retórica culturalista (esencialista), sino que resalta las diferencias irreducibles que no pueden ser abordadas por las críticas monotópicas de la modernidad (la crítica radical del logocentrismo occidental entendida como una categoría universal), y no concibe la diferencia como antítesis en busca del revanchismo. El pensamiento fronterizo es complementario a la deconstrucción (y a todos los discursos críticos de la modernidad); ve la descolonización como una forma particular de reconstrucción, pero avanza hacia un proyecto plural, fragmentado, en vez de reproducir los abstractos universales de la modernidad (que incluyen la democracia y los derechos). Finalmente, el pensamiento fronterizo es un esfuerzo por avanzar más allá del eurocentrismo al revelar la colonialidad del poder arraigada en la geopolítica del conocimiento, un paso necesario para «deshacer la subalternación del conocimiento y buscar formas de pensamiento que transciendan las categorías del pensamiento occidental».

6 En otro lugar he presentado la idea de "alternativas a la modernidad" para referirme a un proyecto explícito de transformación cultural y política desde la perspectiva de la modernidad/colonialidad, más específicamente, a una construcción alternativa del mundo desde la perspectiva de la diferencia colonial. La dimensión de las alternativas a la modernidad contribuye a debilitar la modernidad como logocentrismo, según algunos de los filósofos del fin de la modernidad (por ejemplo, Vattimo 1991), pero desde una postura distinta. También debe quedar claro lo que no es este concepto: no apunta a un futuro perfecto *real*, en que el desarrollo o la modernidad ya no exista; más bien, busca intuir la posibilidad de *imaginar* un tiempo en el que el desarrollo o la modernidad dejen de ser los principios centrales que organizan la vida social, un momento en el que la vida social ya no esté determinada por las elucubraciones de la economía, del individuo, la racionalidad, el orden y otras propias de la modernidad eurocentrada. Las alternativas a la modernidad son el reflejo del deseo político, un deseo de la imaginación crítica utópica y no una afirmación sobre lo real, el presente o el futuro. Al surgir desde las grietas de la modernidad/colonialidad, dan contenido al lema del Foro Global Social de Porto Alegre, *otro mundo es posible*. El desarrollo alternativo, las modernidades alternativas y las alternativas a la modernidad están parcialmente confrontados, pero son proyectos potencialmente complementarios. Uno podría llevar a crear las condiciones para los demás.

7 Esta perspectiva es la esencia del Grupo de Trabajo de Estudios Andinos: Desarrollo, modernidad y colonialidad, que Walter Mignolo y yo co-facilitamos dentro del Consorcio de Estudios Latinoamericanos de UNC–Duke.

Bibliografía citada

Dussel, E. (1993). "Eurocentrism and Modernity" en J. Beverly and J. Oviedo (eds.) *The postmodernism debate in Latin America*. Dirham, Duke University Press.

Dussel, E. (1996). *The Underside of Modernity*. Atlantic Highlands, N.J., Humanities Press.

Dussel, E. (2000). "Europe, Modernity, and Eurocentrism" en *Nepantla* 1.

Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford, Stanford University Press.

Habermas, J. (1973). *Legitimation Crisis*. Boston, Beacon Press.

Habermas, J. (1987). *The Philosophical Discourse of Modernity*. Cambridge, MIT Press.

Heidegger, Martin (1977). "The Age of the World Picture" en M. Heidegger, *The Question Concerning Technology*. New York, Harper and Row.

Leff, E. (2000). *Saber ambiental*. México, Siglo XXI.

Maldonado-Torres, N. (2003). "Imperio y colonialidad del ser". Presentado en el XXIV Congreso Internacional de Latin American Studies Association. Dallas, 27-29 de marzo.

Mignolo, W. (2000). *Local histories/global designs*. Princeton, Princeton University Press.

Mignolo, W. (2001). "Local Histories and Global Designs: An interview with Walter Mignolo" en *Discourse* 22(3).

Panikkar, R. (1993). *The Cosmotheandric Experience*. New York, Orbis Books.

Quijano, A. (2000). "Coloniality of power, ethnocentrism, and Latin America" en *Nepantla* 1.

Vattimo, G. (1991). *The End Of Modernity*. Baltimore, Johns Hopkins University Press.

Virilio, P. (2000). *Politics of the Very Worst*. New York, Semitext(e).

Walsh, C. (2003). "Ecuador 2003: Promises and Challenges". Presentado en la serie UNC–Duke Latin American Studies "Burning Issues", 25 de abril.

Comunicación y cultura en la sociedad global

Extracto de *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*

Jesús Martín Barbero

ensar la relación comunicación/cultura exige hoy ir bastante más allá de la denuncia por la desublimación del arte simulando, en la figura de la *industria cultural*, su reconciliación con la vida, como pensaban los de Frankfurt. A lo que asistimos ahora es a la abrumadora emergencia de una *razón comunicacional* cuyos dispositivos —la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida— agencian el *devenir mercado de la sociedad*. Frente al consenso dialogal en que Habermas ve emerger la *razón comunicativa*, descargada de la opacidad discursiva y política que introducen la mediación tecnológica y mercantil, lo que necesitamos pensar hoy es la *hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad*: la comunicación convertida en el más eficaz motor del desenganche e inserción de las culturas —étnicas, nacionales o locales— en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías globales.

Si la revolución tecnológica ha dejado de ser una *cuestión de medios* para pasar a ser decididamente una cuestión de *fines*, es porque estamos ante la configuración de un *ecosistema comunicativo* conformado no sólo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras; por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica; y, por la reintegración de la imagen al campo de la producción del conocimiento. Todo ello está incidiendo tanto sobre lo que entendemos por comunicar como sobre las figuras del convivir y el sentido de lazo social, que es adonde apunta la reflexión de Zygmunt Bauman (1999), cuando escribe «globalización significa que todos dependemos ya unos de otros. Las distancias cada vez importan menos, lo que suceda en cualquier lugar, puede tener consecuencias en cualquier otro lugar del mundo. Hemos dejado de poder protegernos tanto a nosotros como a los que sufren las consecuencias de nuestras acciones en esta red mundial de interdependencias». Así como el Estado-nación fue una ruptura con las anteriores formas de organización política, económica y cultural, un quiebre en línea de continuidad entre la *tradicional* comunidad orgánica de las culturas locales y la *moderna* sociedad del Estado-nación, lo global no hace tampoco continuidad con lo internacional pues, como lo ha venido planteando el geógrafo brasileño Milton Santos (2000): ante lo que estamos no es una mera forma de integración de las naciones-Estado sino la emergencia de otro tipo de nexo histórico-social que es *el mundo*, constituido en la nueva realidad a pensar y en la nueva categoría central de las ciencias sociales.

Ligada a sus dimensiones tecnoeconómicas, la *globalización* pone en marcha un proceso de interconexión a nivel mundial, que conecta todo lo que *instrumentalmente* vale —empresas, instituciones, individuos— al mismo tiempo que desconecta todo lo que no vale para esa razón. Este proceso de inclusión/exclusión a escala planetaria está convirtiendo a la cultura en espacio estratégico de compresión de las tensiones que desgarran y recomponen el "estar juntos", y en lugar de anudamiento de todas sus crisis políticas, económicas, religiosas, étnicas, estéticas y sexuales. De ahí que sea desde la diversidad cultural de las historias y los territorios, desde las experiencias y las memorias, desde donde no sólo se resiste sino se negocia e interactúa con la globalización y desde donde se acabará por transformarla. Lo que galvaniza hoy a las identidades como motor de lucha es inseparable de la *demanda de reconocimiento y de sentido* (Taylor 1998, Fraser 1998). Y ni el uno ni el otro son formulables en meros términos económicos o políticos, pues ambos se hallan referidos al núcleo mismo de la cultura en cuanto mundo del *pertenecer a* y del *compartir con*. Razón por la cual la identidad se constituye hoy en la fuerza más capaz de introducir contradicciones en la hegemonía de la razón instrumental.

Y de ahí también la estratégica necesidad de diferenciar, por más intrincadas que se hallen, las lógicas unificadoras de la globalización económica de las que mundializan la cultura, pues la mundialización cultural no opera desde afuera sobre esferas dotadas de autonomía como lo nacional o lo local. «La mundialización es un proceso que se hace y deshace incesantemente. Y en ese sentido sería impropio hablar de una "cultura global" cuyo nivel jerárquico se situaría por encima de las culturas nacionales o locales. El proceso de mundialización es un fenómeno social total que para existir se debe localizar, enraizarse en las prácticas cotidianas de los pueblos y los hombres» (Ortiz 1994). La mundialización no puede confundirse con la *estandarización* de los diferentes ámbitos de la vida que fue lo que produjo la industrialización, incluido el ámbito de la "industria cultural". Ahora nos encontramos ante otro tipo de proceso, que se expresa en la cultura de la *modernidad-mundo*, que es una nueva manera de estar en el mundo. De la que hablan los hondos cambios producidos en el mundo de la vida: en el trabajo, la pareja, la comida, el ocio. Es porque la jornada continua ha hecho imposible para millones de personas almorzar en casa, y porque cada día más mujeres trabajan fuera de ella, y porque los hijos se autonomizan de los padres muy tempranamente, y porque la figura patriarcal se ha devaluado tanto como se ha valorizado el trabajo de la mujer, que la comida ha dejado de ser un ritual que congrega a la familia y, desimbolizada la comida diaria, ha encontrado su forma en el *fast food*. De ahí que el éxito de *McDonald's* o de *Pizza Hutt* hable, más que de la imposición de la comida norteamericana, de los profundos cambios en la vida cotidiana de la gente, cambios que esos productos sin duda expresan y rentabilizan. Desincronizada de los tiempos

Escobar, Arturo (2004). Extracto de "Introduction: *Cruzando Fronteras* and the Borders of Thought". Revisión de una versión presentada en el Tercer Congreso Internacional de Latinoamericanistas en Europa, Amsterdam, 3 al 6 de julio del 2002. Publicado en *World and knowledge otherwise: The Latin American modernity/coloniality research programme*, *CEDLA* 16. Reimpreso con autorización del autor y el titular de los derechos de autor.

rituales de antaño y de los lugares que simbolizaban la convocación familiar y el respeto por la autoridad patriarcal, los nuevos modos y productos de la alimentación «pierden la rigidez de los territorios y las costumbres convirtiéndose en informaciones ajustadas a la polisemia de los contextos» (Ortiz 1994, 1998). Reconocer eso no significa desconocer la creciente monopolización de la distribución, o la descentralización que concentra poder y el desarraigo que empuja las culturas a hibridarse. Ligados estructuralmente a la globalización económica pero sin agotarse en ella, se producen fenómenos de mundialización de imaginarios ligados a músicas, a imágenes y personajes que representan estilos y valores desterritorializados y a los que corresponden también nuevas figuras de la memoria. Pero así como con el Estado-nación no desaparecieron las culturas locales —aunque cambiaron profundamente sus condiciones de existencia— tampoco con la globalización va a desaparecer la heterogeneidad cultural; es más, lo que constatamos por ahora es su *revival* ¡y su exasperación fundamentalista!

Entender esta *transformación en la cultura* nos está exigiendo asumir que *identidad* significa e implica hoy dos dimensiones diametralmente distintas, y hasta ahora radicalmente opuestas. Hasta hace muy poco decir identidad era hablar de raíces, de raigambre, territorio, y de tiempo largo, de memoria simbólicamente densa. De eso y solamente de eso estaba hecha la identidad. Pero decir identidad hoy implica también —si no queremos condenarla al limbo de una tradición desconectada de las mutaciones perceptivas y expresivas del presente— hablar de redes y de flujos, de migraciones y movilidades, de instantaneidad y desanclaje. Antropólogos ingleses han expresado esa nueva identidad a través de la espléndida imagen de *moving roots*, raíces móviles, o mejor de *raíces en movimiento*. Para mucho del imaginario substancialista y dualista que todavía permea la antropología, la sociología y hasta la historia, esa metáfora resultará inaceptable y, sin embargo, en ella se vislumbra alguna de las realidades más fecundamente desconcertantes del mundo que habitamos. Como afirma Eduard Delgado, «sin raíces no se puede vivir pero muchas raíces impiden caminar».

El nuevo imaginario relaciona la identidad mucho menos con mismidades y esencias y mucho más con trayectorias y relatos. Para ello la polisemia en castellano del verbo *contar* es largamente significativa. *Contar* significa tanto narrar historias como ser tenidos en cuenta por los otros. Lo que entraña que para ser reconocidos necesitamos contar nuestro relato, pues no existe identidad sin narración ya que ésta no es sólo expresiva sino constitutiva de lo que somos (Bhabha 1977, Marinas 1995). Para que la pluralidad de las culturas del mundo sea políticamente tenida en cuenta es indispensable que la diversidad de identidades pueda ser contada, narrada. Y ello tanto en cada uno de sus *idiomas* como en el *lenguaje multimedial* que hoy los atraviesa mediante el doble movimiento de las *traducciones* —de lo oral a lo escrito, a lo audiovisual, a lo *hypertextual* de las *hibridaciones*—; esto es de una interculturalidad en la que las dinámicas de la economía y la culturamundo movilizan no sólo la heterogeneidad de los grupos y su readecuación a las presiones de lo global sino la coexistencia al interior de una misma sociedad de códigos y relatos muy diversos, conmocionando así la experiencia que hasta ahora teníamos de identidad. Lo que la globalización pone en juego no es sólo una mayor circulación de productos sino una rearticulación profunda de las relaciones entre culturas y entre países, mediante una descentralización que concentra el poder económico y una desterritorialización que hibrida las culturas.

Si tanto individual como colectivamente las posibilidades de ser reconocidos, de ser tenidos en cuenta y contar en las decisiones que nos afectan, dependen de la expresividad y eficacia de los relatos en que contamos nuestras *historias*, ello es aun más decisivo en este permanente "laboratorio de identidades" que es América Latina. Trazaré a mano alzada algunos trazos del mapa en que se sitúan los principales cambios de las identidades culturales: las formas de

supervivencia de las culturas tradicionales, las oscilaciones de la identidad nacional y las aceleradas transformaciones de las culturas urbanas.

En lo que se refiere a las *culturas tradicionales* —campesinas, indígenas y negras— estamos ante una profunda reconfiguración de esas culturas, que responde no sólo a la evolución de los dispositivos de dominación sino también a la intensificación de su comunicación e interacción con las otras culturas de cada país y del mundo Bayardo 1997, Mato y otros 1996). Desde dentro de las comunidades esos procesos de comunicación son percibidos a la vez como otra forma de amenaza a la supervivencia de sus mundos —la larga y densa experiencia de las trampas a través de las cuales han sido dominadas carga de recelo cualquier exposición al otro— pero, al mismo tiempo, la comunicación es vivida como una posibilidad de romper la exclusión, como experiencia de interacción que si comporta riesgos también abre nuevas figuras de futuro. Ello está posibilitando que la dinámica de las propias comunidades tradicionales desborde los marcos de comprensión elaborados por los antropólogos y los folcloristas: hay en esas comunidades menos complacencia nostálgica con las tradiciones y una mayor conciencia de la indispensable reelaboración simbólica que exige la construcción del futuro (García Canclini 1990, Giménez y Pozas 1994, Rowe y Scheling 1991). Así lo demuestran la diversificación y el desarrollo de la producción artesanal en una abierta interacción con el diseño moderno y hasta con ciertas lógicas de las industrias culturales, el desarrollo de un derecho propio a las comunidades, la existencia creciente de emisoras de radio y televisión programadas y gestionadas por las propias comunidades, y hasta la presencia del movimiento Zapatista proclamando por internet la utopía de los indígenas mexicanos de Chiapas (Sánchez Botero 1998, Quintero 1998, Alfaro y otros 1998, Rojo 1996, García Canclini 1982). A su vez esas culturas tradicionales cobran hoy para la sociedad moderna una vigencia estratégica en la medida en que nos ayudan a enfrentar el trasplante puramente mecánico de culturas, al tiempo que, en su diversidad, ellas

La crisis en el servicio público de radio y teledifusión

Extracto de *El servicio público de radio y teledifusión: la historia y el significado de "servicio público de radio y teledifusión"*

Ruth Teer-Tomaselli

Hacia mediados de la década de 1980, en todo el mundo el servicio público de radio y teledifusión como forma institucional sufría una crisis de la mediana edad: la incapacidad de cambiar según lo exigían las circunstancias cambiantes. Históricamente, el servicio público de radio y teledifusión ha sido muy fuerte, y todo cambio de dirección en la estructura organizacional o en el espíritu y los valores de dichas instituciones ha sido muy difícil. La acometida contra el servicio ha provenido de por lo menos cinco direcciones:

- Las *fuerzas del mercado* se han visto favorecidas por tendencias ideológicas y políticas en una era de "capitalismo de la información" y la competencia hace aparecer al servicio público de radio y teledifusión como un pasivo del erario público.
- Las *nuevas tecnologías*, sobre todo la señal digital de compresión y edición así como la señal por cable y satelital, han socavado el concepto de escasez de espectro como un fundamento para la regulación.
- El *aumento en los costos* y la *inflación*, junto a los decrecientes ingresos provenientes de las licencias y la pérdida de acciones en el mercado, han puesto a prueba el compromiso gubernamental de garantizar un financiamiento adecuado continuo sin condicionamientos políticos.
- El *desarrollo y fomento de la cultura nacional* como pilar de la radio y teledifusión pública se ve menoscabado por la disparidad entre los bajos costos de los programas importados y los costos elevados de la producción local.
- La *imparcialidad y la independencia política* —compromiso tradicional del servicio público de radio y teledifusión— se han visto bajo tensión no solamente en las sociedades menos desarrolladas y en transición, sino también en los prósperos países del Primer Mundo.

Teer-Tomaselli, Ruth (2004). Extracto de "Public Service Broadcasting" en *South African Journalism Handbook of Excellence*. Pretoria, South Africa, Human Science Research Council. Reproducción autorizada por la autora.

representan un reto fundamental a la pretendida universalidad deshistorizada de la globalización y su presión homogeneizadora. La *identidad nacional* se halla hoy doblemente desubicada pues, de un lado, la globalización disminuye el peso de los territorios y los acontecimientos fundadores que telurizaban y esencializaban lo nacional y, de otro, la revaloración de lo local redefine de la idea misma de nación.

Mirada desde la cultura-mundo, la nacional aparece provinciana y cargada de lastres estatistas y paternalistas. Mirada desde la diversidad de las culturas locales, la nacional equivale a homogenización centralista y acartonamiento oficialista (Schwarz 1987). De modo que es tanto la idea como la experiencia social de *identidad* la que desborda los marcos maniqueos de una antropología de lo tradicional-autóctono y una sociología de lo moderno-universal. La identidad no puede entonces seguir siendo pensada como expresión de una sola cultura homogénea perfectamente distinguible y coherente. El monolingüismo y la uniterritorialidad que la primera modernización reasumió de la colonia, escondieron la densa multiculturalidad de que estaba hecha cada nación y lo arbitrario de las demarcaciones que trazaron las fronteras de lo nacional. Hoy las identidades nacionales son cada día más multilingüísticas y transterritoriales. Y se constituyen no sólo de las diferencias entre culturas desarrolladas separadamente sino mediante las desiguales apropiaciones y combinaciones que los diversos grupos hacen de elementos de distintas sociedades y de la suya propia. A la revalorización de lo local se añade el estallido de la, hasta hace poco unificada, historia nacional por el reclamo que los movimientos étnicos, raciales, regionales, de género hacen *del derecho a su propia* memoria (Nora 1992), esto es a la construcción de sus narraciones y sus imágenes.

Este reclamo adquiere rasgos mucho más complejos en países en los que, como no pocos en América Latina, el Estado está aun haciéndose nación y cuando la nación no cuenta con una presencia activa del Estado en la totalidad de su territorio.

Pero es en la ciudad —y en las culturas urbanas mucho más que en el espacio del Estado— donde se encardinan las nuevas identidades: hechas de imaginerías nacionales, tradiciones locales y flujos de información trasnacionales, y donde se configuran nuevos modos de representación y participación política, es decir nuevas modalidades de ciudadanía. Hacia allá apuntan los nuevos *modos de estar juntos* —pandillas juveniles, comunidades pentecostales, guetos sexuales— desde los que los habitantes de la ciudad responden a unos salvajes procesos de urbanización, emparentados sin embargo con los imaginarios de una modernidad identificada con la velocidad de los tráficos y la fragmentariedad de los lenguajes de la información. Vivimos en unas ciudades desbordadas no sólo por el crecimiento de los flujos informáticos sino por esos otros flujos que siguen generando la pauperización y emigración de los campesinos, produciendo la gran paradoja de que mientras lo urbano desborda la ciudad permeando crecientemente el mundo rural, nuestras ciudades viven un proceso de *des-urbanización* (Martín Barbero 1996) que nombra al mismo tiempo dos hechos: la ruralización de la ciudad devolviendo vigencia a viejas formas de supervivencia que vienen a insertar, en los aprendizajes y apropiaciones de la modernidad urbana, saberes, sentires y relatos fuertemente rurales; y la reducción progresiva de la ciudad que es realmente usada por los ciudadanos, pues perdidos los referentes culturales, insegura y desconfiada, la gente restringe los espacios en que se mueve, los territorios en que se reconoce, tendiendo a desconocer la mayor parte de una ciudad que es sólo atravesada por los trayectos inevitables. Los nuevos modos urbanos de estar juntos se producen especialmente entre las generaciones de los más jóvenes, convertidos hoy en *indígenas* de culturas densamente mestizas en los modos de hablar y de vestirse, en la música que hacen u oyen y en las grupalidades que conforman, incluyendo las que posibilita la tecnología informacional. Es lo que nos *des-cubren* a lo largo y ancho de América Latina las investigaciones sobre las tribus de la noche en Buenos Aires, los chavos-banda en Guadalajara o

las pandillas juveniles de las comunas nororientales de Medellín (Margulis y otros 1991, Reguillo 1991, Salazar 1990).

Lo complicado de la estructura narrativa de las identidades es que hoy día ellas se hallan trenzadas y entretejidas a una diversidad de lenguajes, códigos y medios que, si de un lado son hegemoneizados, funcionalizados y rentabilizados por lógicas de mercado, de otro lado abren posibilidades de subvertir esas mismas lógicas desde las dinámicas y los usos sociales del arte y de la técnica movilizando las contradicciones que tensionan las nuevas redes intermediales. Por más que los apocalípticos —del último Popper a Sartori—atruenen con sus lúgubres trompetas nuestros ya fatigados oídos, ni la densidad de las visualidades y sonoridades de las redes son sólo mercado y decadencia moral, son también el lugar de emergencia de un nuevo tejido social, y un nuevo espacio público, de un nuevo tejido de la socialidad (Varios autores 2002, Finquelevich 2000). Desde la contradicción que ha convertido a los perversos vídeos de Montesinos en la más mortal trampa para él y sus secuaces, y en un colosal instrumento de lucha contra la corrupción en Perú, hasta la resonancia y legitimidad mundial que la presencia en la red del comandante Marcos ha generado para su utopía zapatista. Ahí está el Foro Social Mundial de Porto Alegre subvirtiendo el sentido que el mercado capitalista quiere dar a internet y contándonos por esa misma red los extremos a que está llegando la desigualdad en el mundo, el crecimiento de la pobreza y la injusticia que la orientación neoliberal de la globalización está produciendo especialmente en nuestros países. Mientras Microsoft y otros buscan monopolizar las redes, montones de gente, que son a la vez una minoría estadística para la población del planeta, son también una voz disidente con presencia mundial cada día más incómoda para el sistema y más aglutinante de luchas y búsquedas sociales, de puesta en común de experiencias sociales, políticas y artísticas.

Entonces, tanto o más que objetos necesitados de políticas, la comunicación y la cultura son tornadas por la globalización en un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política densificar su dimensión simbólica, su capacidad de convocar y construir ciudadanos para enfrentar la erosión que sufre el orden colectivo. Que es *lo que no puede hacer el mercado* (Brunner 1990) por más eficaz que sea su simulacro. Pues el mercado no puede *sedimentar tradiciones* ya que todo lo que produce "se evapora en el aire" dada su tendencia estructural a una obsolescencia acelerada y generalizada, no sólo de las cosas sino también de las formas y las instituciones. El mercado no puede crear *vínculos societales*, esto es verdaderos lazos *entre sujetos*, pues estos se constituyen en conflictivos procesos de comunicación de sentido, y el mercado opera anónimamente mediante lógicas de valor que implican intercambios puramente formales, asociaciones y promesas evanescentes que sólo engendran satisfacciones o frustraciones pero nunca sentido. El mercado no puede, en últimas, *engendrar innovación social* pues ésta presupone diferencias y solidaridades no funcionales, resistencias y subversiones. Ahí lo único que puede hacer el mercado es lo que él sabe: cooptar la innovación y rentabilizarla.

Ahí se sitúa, justamente, la reflexión de Arjun Appadurai (2000), para quien los flujos financieros, culturales o de derechos humanos se producen en un movimiento de vectores que hasta ahora fueron convergentes por su articulación en el Estado nacional pero que en el espacio de lo global son vectores de disyunción. Es decir que, aunque son coetáneos e isomorfos en cierto sentido, esos movimientos potencian hoy sus diversas temporalidades con los muy diversos ritmos que los cruzan en muy diferentes direcciones. Lo que constituye un desafío colosal para unas ciencias sociales que siguen todavía siendo profundamente monoteístas, creyendo que hay un principio organizador y compresivo de todas las dimensiones y procesos de la historia. Claro que entre esos movimientos hay articulaciones estructurales, pero la globalización no es ni un paradigma ni un proceso, sino multiplicidad de procesos que se cruzan y se articulan entre sí y que no caminan

todos en la misma dirección. Lo que se convierte para Appadurai en la exigencia de construir, pero a escala del mundo, una *globalización desde abajo*: el esfuerzo por articular la significación de esos procesos justamente desde sus conflictos, articulación que ya se está produciendo en la imaginación colectiva actuante en lo que él llama «las formas sociales emergentes» desde el ámbito ecológico al laboral y desde los derechos civiles a las ciudadanías culturales. En este esfuerzo cumple un papel estratégico *la imaginación social*, pues la imaginación ha dejado de ser un asunto de genio individual, un modo de escape a la inercia de la vida cotidiana o una mera posibilidad estética, para convertirse en una facultad de la gente del común que le permite pensar en emigrar, en resistir a la violencia estatal, en buscar reparación social, en diseñar nuevos modos de asociación, nuevas colaboraciones cívicas que cada vez más trascienden las fronteras nacionales. Appadurai escribe textualmente: «Si es a través de la imaginación que hoy el capitalismo disciplina y controla a los ciudadanos contemporáneos, sobre todo a través de los medios de comunicación, es también la imaginación la facultad a través de la cual emergen nuevos patrones colectivos de disenso, de desafección y cuestionamiento de los patrones impuestos a la vida cotidiana, a través de la cual vemos emerger formas sociales nuevas, no predatorias como las del capital, formas constructoras de nuevas convivencias humanas».

Bibliografía citada

Alfaro, Rosa María y otros (1998). *Redes solidarias, culturas y multimedialidad.* Quito, OCIC-AL/UCLAP.

Appadurai, A. (2000). "Grassroots Globalization and the Research Imagination" en *Public Culture*, N° 30. Duke University Press.

Bauman, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*. México, F. C. E.

Bayardo, R. y Lacarrieu, M. (comps.) (1997). *Globalización e identidad cultural.* Buenos Aires, Ciccus.

Bhabha, Homi K. (ed.) (1977). *Nation and narration.* London, Routledge.

Brunner, J. (1990). "Cambio social y democracia" en *Estudios Públicos*, N° 39. Santiago.

Finquelevich, S. (coord.) (2000). *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio.* Buenos Aires, Ciccus/La crujía.

Fraser, N. (1998). "Redistribución y reconocimiento" en *Justitia interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*. Bogotá, Siglo del Hombre.

García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo.* México, Nueva Imagen.

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas*. Grijalbo, México.

Giménez, G. y Pozas R. (coords.) (1994). *Modernización e identidades sociales.* México, UNAM.

Margulis, M. y otros (1994). *La cultura de la noche. Vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires.* Buenos Aires, Espasa Hoy.

Marinas, José Miguel (1995). "La identidad contada" en *Destinos del relato al fin del Milenio.* Valencia, Archivos de la Filmoteca.

Martín Barbero, J. (1996). "De la ciudad mediada a la ciudad virtual" en *TELOS*, N° 44. Madrid.

Mato, D. y otros (1996). *América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones sociopolíticas.* Caracas, Unesco/U.C.V.

Nora, P. (1992). *Les lieux de mémoire*, Vol. III. Paris, Gallimard.

Ortiz, R. (1994). *Mundializaçao e cultura*. São Paulo, Brasiliense.

Ortiz, R. (1998). *Otro territorio.* Bogotá, C. A. B.

Quintero Rivera, A. G. (1998). *Salsa, sabor y control.* México, Siglo XXI.

Reguillo, R. (1991). *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación.* Guadalajara, México, Iteso.

Rojo Arias, S. (1996). "La historia, la memoria y la identidad en los comunicados del EZLN" en *Identidades*, número especial de *Debate feminista*, México.

Rowe, W. y Scheling, V. (1991). *Memory and Modernity. Popular culture in Latin America*. London, Verso.

Salazar, A. (1990). *No nacimos p'a semilla. La cultura de las bandas juveniles en Medellín.* Bogotá, Cinep.

Sánchez Botero, E. (1998). *Justicia y pueblos indígenas de Colombia.* Bogotá, Universidad Nacional/Unijus.

Santos, M. (2000). *Por uma outra globalizaçao: do pensamento único á consciencia universal*. Rio de Janeiro, Record.

Schwarz R. (1987). "Nacional por sustracción" en revista *Punto de vista*, N° 28. Buenos Aires.

Taylor, Ch. (1998). *Multiculturalismo. Lotte per il riconoscimento.* Milano, Feltrinelli.

La diversidad cultural: entre historia y geopolítica

Armand Mattelart

La repercusión de la mundialización en las sociedades particulares ha hecho que se disparen las controversias sobre la suerte de la diversidad cultural. La propia noción se ha convertido en un cajón de sastre. Legitima las políticas formuladas por los Estados y las instituciones de la comunidad internacional. Apuntala los discursos de acompañamiento de las estrategias de concentración de las industrias de la cultura y la comunicación. Orienta la implantación de redes de resistencia de la sociedad civil organizada, hacia la fatalidad de un modelo de sociedad unidimensional. Convertido ya en un reto inherente a la megapolítica, el extenso campo de la cultura está recorrido por las tensiones que engendra la confrontación entre varios proyectos de construcción del sistema-mundo. Las vueltas y revueltas simbólicas de las palabras constituyen uno de los reveladores.

El asunto de la diversidad se presenta como si fuera novedoso. Y sin embargo ya viene lastrado con una larga historia. La amnesia contemporánea que aqueja a la noción es inseparable del desarraigo de la noción de "mundialización". El olvido de la génesis de esta última explica que los grandes medios puedan darle la vuelta sin pestañear ante los movimientos sociales de vocación planetaria y catalogarlos de "antimundialistas", cuando el vocabulario "mundialista" forma parte, originariamente, del patrimonio emancipador del internacionalismo democrático. La uniformidad del mundo empieza por la normalización de la lengua que se trivializa o que se limpia de aspe-

Martín Barbero, Jesús (2002). Ponencia presentada en el Coloquio Internacional "2001 Bogues - Globalisme et Pluralisme". Montréal, 22-27 de abril. Reproducción autorizada por el autor.

rezas, separando las palabras de su memoria o bien mediante la multiplicación de neologismos-pantallas lanzados por las lógicas tecnomercantiles. Según escribíamos en la conclusión de una arqueología de la "sociedad global de la información", esta emblemática expresión de las maneras unívocas de decir y ver el mundo: «ninguna pedagogía de apropiación ciudadana del medio técnico puede abstraerse de la crítica de las palabras, pretendidamente apátridas, que no dejan de introducirse subrepticiamente en el lenguaje común y enmarcar las representaciones colectivas. Por ellas pasan las transferencias de sentido de los conceptos de libertad y democracia, al mismo tiempo que se imponen a nosotros, bajo el signo de la evidente necesidad de lo que es y, sobre todo, de lo que supuestamente tiene que ocurrir». La desaparición de las huellas de producción de las palabras está en concomitancia, no sólo con el olvido de la historia, sino también con el auge de un revisionismo histórico.

Contra el olvido de la historia

«En este fin de milenio —escribe el historiador Marc Ferro (1999)— predomina la idea de que hemos entrado en una nueva era histórica, la de la mundialización. ¿No podría tratarse, acaso, de una simple ilusión óptica? Porque el movimiento de unificación del mundo surgió mucho antes, sin perjuicio de haberse extendido y desarrollado recientemente a un ritmo acelerado». La negativa del historiador de la escuela de los *Annales* a compartir el arrebato de los discursos sobre la "nueva era global" se suma, por ejemplo, a las observaciones de economistas como Robert Boyer (2000) que, con el fin de distinguir las "verdaderas" de las "falsas novedades" de la mundialización, invitan a superar los "análisis retrospectivos" de su disciplina y de la «mayoría de los investigadores en ciencias sociales que, como mucho, abarcan un período de una a dos décadas».

La «controversia del tiempo corto», iniciada por Fernand Braudel (1958, 1979) en los años 50, frente a los antropólogos y sociólogos seducidos por el modelo matemático de la causalidad lineal no ha perdido nada de su actualidad. Las ciencias sociales, observaba entonces el historiador del *Tiempo del mundo*, han tomado la costumbre de «acudir al servicio de lo actual» y de atenerse únicamente a los «actores que hacen ruido». Ahora bien, lo social es un «animal de caza muy astuto». Braudel incitaba a reconciliarse con el tiempo social y con la «dialéctica de la duración», «invirtiendo el reloj de arena en los dos sentidos». De la estructura al acontecimiento. De la libertad a la pertenencia, con las obligaciones que conlleva toda construcción de identidad. Del universo al lugar y a lo diverso. En aquellos mismos años, Maurice Merleau-Ponty (1955) se sublevaba contra el esquema de la historia-progreso que inducía una visión de la evolución de las sociedades en etapas sucesivas rigurosamente separadas. Al último episodio le correspondía fijar necesariamente la norma de la modernidad. Ahora bien, observaba el filósofo de la fenomenología: «El sentido de la historia está, a cada paso, bajo la amenaza de desviarse y necesita ser reinterpretado constantemente. La corriente principal jamás fluye sin contracorrientes ni torbellinos. Ni siquiera se da como un hecho. No se manifiesta sino a través de asimetrías, de supervivencias, de diversiones, de regresiones». Sustituía la imagen compacta y abstracta del sistema mundial por la noción de «sistema barroco», que explica mejor las intrincaciones que comprende un conjunto concreto, y también los desfases y las rupturas.

Las culturas puras son una visión de la mente. Desde que ha dado comienzo la historia de los intercambios del mundo, los modelos culturales e institucionales, transmitidos por potencias hegemónicas, se han encontrado con pueblos y culturas que se han resistido a la anexión, que han sido contaminados, que se han mimetizado, que han desaparecido. Los sincretismos han nacido en esos crisoles culturales. A pesar de una desigual relación de fuerzas, la cultura importada no lo ha barrido sistemáticamente todo a su paso. Los procesos que los historiadores

han denominado sinización, helenización, romanización o islamización no son sino algunos ejemplos. Préstamos y entronques sucesivos, invenciones, compromisos y componendas son la base de sistemas compuestos. Dicho lo cual, conviene desconfiar de las visiones angélicas, por no decir religiosas, de las relaciones entre las culturas.

En la moderna dialéctica de las culturas, la conquista de las Américas constituye un momento fundamental por, al menos, tres razones. Primero, porque este acontecimiento de alcance planetario sienta las bases de la modernidad occidental en su proyección universalista. Los teólogos españoles justifican esta "toma del mundo" (*Weltnahme*) por la Europa cristiana invocando la natural legitimidad del intercambio encarnada en el *Ius communicationis*, el "derecho a la comunicación", es decir, el derecho a circular y a propagar las ideas (y la fe), y el *Ius commercii*, o "derecho a ejercer el comercio". Dos premisas de lo que está llamado a convertirse, durante el siglo XIX, en el derecho público internacional, fundamento de la "comunidad de naciones". Desde los primeros pasos de esta toma del mundo, los hechos desmienten el principio abstracto de la igualdad del intercambio. Luego, porque el choque entre los pueblos conquistados y los conquistadores desencadena entre los humanistas el debate sobre la relatividad de las culturas. Por último, porque la nueva forma de dominación engendra una nueva configuración de los modos de resistencia, el mestizaje o el rechazo. El antillano Édouard Glissant (1996) no se engaña cuando, entre los escasos precursores de la moderna teoría de la criollización o hibridación de las culturas, incluye los *Ensayos* del humanista Michel de Montaigne por el «imperioso trabajo de la relativización» y los *Comentarios reales* del mestizo hispano-peruano Garcilaso de la Vega, figura del «mestizaje en la derrota y la alienación». Michel de Certeau (1980), a su vez, hace bien en invocar las «artes de hacer» de los indígenas frente a la coerción de los poderes para explicar las tácticas de la antidisciplina secretadas por los débiles y los dominados a lo largo de la historia. «Un grupo —dice— no existe más que por su desafío de existir». La otra cara de la exaltación de la diferencia aportada por el Nuevo Mundo es el mito occidental del buen salvaje. Truchimán por el que el europeo se apropia de lo lejano. El Otro se convierte en suplemento de alma para el Viejo Mundo en crisis y víctima de la guerra permanente.

Desde finales del siglo XV hasta hoy, puede rastrearse el sueño de una unificación del mundo bajo el signo de una religión, un imperio, un modelo económico o las luchas de los oprimidos. La mística del poder coexiste o alterna con la perennidad del deseo de reapropiarse del porvenir del mundo para «liberar a los hombres de su estado», como decía Bacon. Desde entonces, no han dejado de desarrollarse los proyectos de reorganización del mundo y de "pacificación" (la apropiación de esta palabra tan del agrado de Erasmo por las doctrinas militares modernas es elocuente en sí). Todos estos momentos históricos han dado a lo universal y a las relaciones con lo "diverso", contenidos sucesivos que se han visto reflejados en utopías que destacan la función, unas veces de las redes técnicas, otras de las redes sociales, en la construcción de un vínculo social prebabélico. Es lo que hemos intentado demostrar en la trilogía *La comunicación-mundo* (1992), *La invención de la comunicación* (1994), *Historia de la utopía planetaria* (1999).

¿Cómo caracterizar el "vivir juntos" en la sociedad industrial? En torno a este interrogante se construiría en el siglo XIX el recurrente dilema homogeneización/diversificación. Desde comienzos de siglo, a través de la búsqueda de modelos sociales alternativos bajo la égida de los utopistas. Piénsese en Charles Fourier, que intenta reconciliar dentro de la vida comunitaria lo que el industrialismo centrípeto ha disociado: razón y pasiones, placer y trabajo, placer y saber. Hacia finales de ese mismo siglo, a través de los debates constitutivos de las ciencias sociales, sobre el desmembramiento de la "comunidad" y las formas primarias de la sociabilidad en beneficio de la aparición de la "sociedad", productora de la ano-

mia y del anonimato de las multitudes. La conciencia del encogimiento del mundo está para entonces muy presente en las representaciones colectivas. Como lo prueba la irrupción del concepto biomórfico de "interdependencia". Esta analogía tomada del universo celular la introducen los pensadores del "solidarismo mundial" o "mundialismo" —en estos círculos internacionalistas es donde emerge esta semántica a comienzos del siglo XX— para expresar el "nuevo sentido del mundo" inducido por las redes de la sociedad civil organizada y las redes técnicas que surcan el planeta y rodean el universo (el correo, los cables submarinos, las vías interoceánicas). En el umbral de la creación de las ciencias sociales, Gabriel Tarde se refiere al *analogon* del planeta como "cerebro" e inaugura la moderna noción de públicos «que se extienden hasta los límites del género humano gracias a los medios de comunicación». Explorador de lo infinitesimal, el fundador de la psicología social postula que la diferencia es el alfa y el omega del universo. Por lo que se refiere a Spencer y Durkheim, que razonan en términos de "organismo" y estiman que hay una evolución desde lo homogéneo hasta lo heterogéneo, tránsito de una solidaridad mecánica a una solidaridad orgánica.

La etnología clásica está dividida entre los defensores de la relatividad cultural y los teóricos del difusionismo. Al establecer una escala de valoración de las distintas culturas, estas últimas legitiman las políticas "civilizadoras" de las potencias coloniales respecto de los llamados pueblos primitivos. El flujo de las innovaciones circula desde el centro hacia la periferia. Como contrapunto de esta visión etnocéntrica, se constituye una geografía rebelde que se niega a ser cómplice de una disciplina que presta su contribución a las exploraciones y otras expediciones de la era de los imperios (a grandes rasgos, desde 1870 hasta el final de la Gran Guerra). Crítico radical del modelo de desarrollo industrial, y de sus lógicas de centralización y desterritorialización, impulsado por la división internacional del trabajo, el geógrafo anarquista Piotr Kropotkin ve en el advenimiento de la edad neotécnica la era que anuncia la energía eléctrica, la promesa de una sociedad flexible, compuesta por comunidades descentralizadas, creadoras de una nueva sociabilidad. Promesa de reconciliación entre la ciudad y el campo, entre la industria y la agricultura, entre el trabajo manual y el intelectual, entre el trabajo y el ocio, entre el saber y el placer (a través de la "educación integral", tan del agrado de Fourier). Oposiciones que son otras tantas causas de la desigualdad y la injusticia social y que son inherentes a la edad arqueotécnica del vapor, de las redes de ferrocarril y de las megalópolis urbanas. Esta crítica de las múltiples manifestaciones de la concentración también inaugura una nueva mirada sobre la historia, la de las sucesivas formas adoptadas por la ayuda mutua y el "soporte mutuo" de los oprimidos. Una historia de larga duración de la gente de abajo, que le ha traído sin cuidado a los historiadores, según observa el geógrafo ruso, y que "está por hacer". De este proyecto de superación de la sociedad industrial emanarán, a partir de los años 20, las primeras utopías socializantes sobre las redes de la sociedad posindustrial. Este pensamiento rebelde influirá en la obra de Lewis Mumford. Marshall McLuhan vaciará de sentido político el determinismo técnico por el que se precipitará. Las diferencias culturales y las fracturas sociales se desvanecerán en la "aldea global" construida mediante televisores interpuestos.

La confrontación, al final de la Gran Guerra, entre los diversos proyectos de comunidad de naciones, deja entrever las distintas concepciones que circulan en los ambientes internacionalistas sobre el Estado y el curso de la mundialización, en su relación con las diversidades. El pensamiento socialista occidental acerca de la era neotécnica de la posindustrialización coincide con la filosofía oriental de los pensadores pertenecientes al Renacimiento indio sobre la progresiva ampliación de la humanidad hasta que alcanza la "universalidad final": "la diversidad en la unidad". Para Sri Aurobindo o Tagore, no puede haber "unión mundial libre, elástica y progresiva", "unidad compleja basada en la diversidad" si no se reconoce el "derecho de los pueblos a disponer de

sí mismos". Evidentemente, no es esta la visión que tiene la Sociedad o Liga de Naciones que se limita a adoptar la visión evolucionista de los pueblos colonizados como "pueblos niños", y por tanto bajo tutela antes de dar el paso hacia el estado adulto.

La Primera Guerra Mundial representa, sin embargo, un punto de inflexión histórico. A juicio de los pueblos dependientes, subyugados o sometidos, la carnicería de este primer conflicto total significa el fracaso de la cultura de las Luces para convertir en realidad su mensaje mesiánico de emancipación en la concordia. Durante el período de entreguerras, el "europeismo" figura en el banco de los acusados. Mientras, en el horizonte, despunta el norteamericanismo dispuesto a servir de relevo en la hegemonía mundial. La alta cultura del Viejo Mundo, además, ha sido desafiada directamente por el advenimiento de una cultura mediatizada por los mecanismos industriales y mercantiles de los que Hollywood se convierte en el mascarón de proa. En lo que se refiere al proyecto comunista, simbolizado por la revolución soviética, más taylorista que el propio Taylor, no tarda en posponer para un futuro lejano el advenimiento de otra cultura, al supeditarla a la previa edificación de la infraestructura económica.

La creación, en 1946, de la UNESCO, organismo mundial cuyo campo de competencia es, precisamente, la cultura, no se compadece con un reconocimiento de la diversidad. Hasta el punto de que la única vía de salida del subdesarrollo que el organismo sabe ofrecer a los países del Tercer Mundo durante cerca de un cuarto de siglo es el alineamiento con el modelo canónico de evolución de las grandes sociedades industriales. La visión de la historia de los pueblos como movimiento general de dirección única por etapas sucesivas establece el régimen de verdad. Los sociólogos de la modernización extrapolan a los llamados países atrasados las enseñanzas de la experiencia del *marketing* industrial que ha dado prueba de sus aptitudes en las estrategias de difusión de nuevos métodos entre los agricultores norteamericanos durante el período de entreguerras. Tachada de inercia y de fatalismo, la cultura de las "sociedades tradicionales" es considerada como una concentración de obstáculos que la teoría difusionista del progreso social se propone yugular. El perfil idealizado de "personalidad moderna", llamada empática, predispuesta a la movilidad psicológica y a la innovación, se materializa a través de los modelos de vida difundidos por el movimiento perpetuo de los medios y las redes de las sociedades modernas, arraigadas en la modernidad euro-norteamericana, paradigma de la sociedad de consumo. Para esta concepción evolucionista y contable del desarrollo por etapas hacia la *westernización*, una nación no inicia su ascenso hacia la cultura salvífica de la modernización si no reúne los "requisitos mínimos" de exposición a los medios. La UNESCO se encuentra así dividida entre la ideología tecnocrática de la planificación social y los alegatos favorables al "universal humano" (tema central de la obra de su, entonces, Director General, Jean Maheu), los planes de salvación del "patrimonio de la humanidad" y la edición de músicas tradicionales.

Una mayor legitimidad para la diversidad

Durante la década de los setenta, la entrada en la era poscolonial invierte en el conjunto del sistema de las Naciones Unidas la relación de fuerzas entre los países del Sur y del Norte. El retorno a la cultura, como fuente de identidad, de sentido, de supervivencia, de expresión y dignidad está en concomitancia con la crisis del pensamiento único de la modernización/desarrollo. La diversidad cultural es elevada a la categoría de premisa de una vía alternativa al universalismo difundido por la ideología del cálculo (el PNB) y por el determinismo de los vectores técnicos. Esta rehabilitación de la creatividad de las culturas implica la valorización de los recursos locales, hace énfasis en la necesaria participación ciudadana y en la preservación del medio ambiente. La primera conferencia de las Naciones Unidas sobre medio ambiente, organizada en Estocolmo en 1972, acorta las distancias entre la problemática

de la diversidad cultural y la de la biodiversidad. El proceso entablado contra el modelo dominante de crecimiento se salda con un informe dirigido a los grandes países industriales para que reconsideren, en su propio interés, su modelo de consumo a ultranza. La nueva filosofía del desarrollo denuncia los usos inadecuados de la noción de diversidad cultural. Como observaba Galtung (1980):

> «La búsqueda de la diversidad cultural traicionaría a la humanidad si se convirtiese en una retirada respecto de la responsabilidad global compartida, en un aislacionismo parroquial, que transformaría a las culturas amenazadas en fósiles que deberían ser conservados en una suerte de museo social, o en un mausoleo de muertos-vivientes [...] No pretende, en ningún caso, una fragmentación caótica, sin considerar las consecuencias que podría tener para la unidad nacional o la cooperación mundial con vistas a la resolución de problemas vitales. Se niega a congelar las iniquidades actuales basadas en los sistemas de privilegio que se asientan en la casta, la raza, la clase y la nación».

Con el auge de las protestas provenientes del Movimiento de Países No Alineados, la UNESCO se convierte en el epicentro de los debates sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). El llamado Tercer Mundo reivindica el reequilibrio de los desiguales flujos de intercambios en materia de cultura e informaciones. A su vez, los ministros europeos de cultura se inquietan ante la desestabilización de las políticas públicas por parte de las industrias culturales. Los grandes países industriales miden el alcance de los retos lanzados a las identidades nacionales tanto por los flujos transnacionales como por las protestas de dichas minorías en el seno mismo del Estado-nación.

No hay cultura sin mediaciones y no hay identidad sin traducción. Durante los años ochenta emergen nuevos interrogantes sobre los procesos de interacción y de transacción entre las culturas concretas y los flujos transnacionales. Ponen en entredicho la visión monolítica tanto del modo de funcionamiento de los dispositivos de poder como de la formación de la modernidad. Se aprecia la disociación entre la globalización del sistema tecnoproductivo y la especificidad de las culturas y las prácticas culturales. La hipótesis del "pensamiento mestizo", formulada por los antropólogos, pone de relieve la dialéctica de los intercambios, ya sean mediáticos, financieros, científicos, religiosos o militares, ya provengan de las múltiples diásporas, constantes o temporales, ya sigan las redes, legales o ilegales (Appadurai 2001, Bénot-Tachot y Gruzinski 2001). ¿Cómo se ventilan las negociaciones entre lo singular y lo universal, entre lo local, lo nacional y lo mundial? ¿Cómo se retranscriben signos planetarios en función de contextos singulares? ¿Cómo emergen otras modernidades en los límites de las tradiciones? Son preguntas de similar naturaleza las que motivan los nuevos interrogantes sobre la genealogía del espacio-mundo. La noción de "comunicación-mundo", de filiación braudeliana, reterritorializa los retos de la fase contemporánea de la integración del capitalismo. Incluye nuevamente el retorno al sujeto, a las subjetividades y a las culturas en el contexto de los determinantes sociohistóricos (Mattelart y Mattelart 1986, Mattelart 1992). El análisis de las interacciones y transacciones entre las culturas no puede abstraerse de las lógicas geoeconómicas y geopolíticas que influyen en la nueva estructuración de las jerarquías, de las polarizaciones y de las causas de exclusión. El mérito de la desviación de la mirada hacia la multiplicidad de mediaciones y prácticas de la cultura ordinaria ha estado en desmontar una postura muy asentada, que consiste en estudiar los efectos del poder partiendo de éste y no de los que lo padecen. Pero la focalización en un solo lado del reloj de arena también ha abierto la caja de Pandora de la ambigüedad. «La comodidad —escribe la antropóloga mexicana Rossana Reguillo (1997)— con la que hoy, por ejemplo, se utiliza en los discursos académicos de la comunicación la noción de "mediación", es sospechosa. Pocos estudios se toman el trabajo de explicitar desde dónde y cómo se utiliza, como si la noción por sí misma fuera portadora de su propia explicación o como si hubiera una especie de acuerdo tácito que volviera innecesario cualquier tipo de discusión». El psicoanalista argentino establecido en México, Enrique Guinsberg (2001), llega más lejos: califica de "perversos" estos usos y los achaca a la pérdida del vínculo entre la investigación y la razón crítica. Una antropología *light*, en efecto, ha erigido el acto de consumo de los productos de las industrias culturales en lugar privilegiado desde el qué "pensar". La revelación de las audiencias "activas", que adaptan, reconstruyen, reinterpretan las historias propuestas por las películas y los programas de vocación global, ha hecho que se olvide que «no se puede contar una historia sin hacer Historia», como dice Jean-Luc Godard. Por lo general, la ingenua interpretación de la capacidad de apropiación de los signos de la modernidad ha visto cómo se reciclaba la idea básica del enfoque difusionista según el cual la cultura norteamericana es un «operador de universalización» en el que las culturas singulares pueden, perfectamente, definirse de nuevo sin condenarse (Amselle 2001). El efecto práctico de esta teoría evangélica es que se ha percibido el debate sobre las políticas públicas respecto de las industrias culturales como si careciera de valor. El dogma liberal del "consumidor soberano" se ha encontrado así con un aliado de peso dentro de la sapiencia académica. La propensión a incluir la realización del in-

Extracto de

Transformación de las empresas estatales en la Edad Global: lecciones de la radio, teledifusión y telecomunicación en Sudáfrica

Ruth Teer-Tomaselli

La transformación del sector de información y comunicaciones ocupa un lugar especial en el entorno cambiante del paisaje sociopolítico, puesto que se trata de un ámbito clave para la reforma y la revolución en la sociedad en general. Los estructuralistas modernistas denominaron «aparatos ideológicos del Estado» a los medios y las telecomunicaciones, al igual que al sector de educación, el sindicalismo y el derecho (Althusser 1971). Por más simplista que parezca esta postura, continúa la concepción del sector de comunicaciones e información como "lugares" y como "instrumentos" del cambio. Como "lugares" de transformación, están sujetos a luchas político-económicas controvertidas: la composición de propietarios y accionistas, el control de la gestión y producción de contenidos, la composición de la fuerza laboral empleada en estos sectores, todo lo cual se ha hallado que necesitaría una reforma de base. Como "instrumentos" de transformación, las redes de información y comunicación ofrecen plataformas esenciales de debate, información y educación sobre temas que dan forma al tipo de sociedad que somos y al tipo de sociedad en la que deseamos convertirnos. Más sutilmente --pero de ciertas maneras más importantemente— los medios, en particular, eligen y enmarcan los tipos de historias que leemos, vemos y oímos. Proporcionan imágenes en las que nos vemos a nosotros mismos, y también a otros, como modelos ejemplares a los que podemos aspirar y visiones del "otro" contra las que nos rebelamos. Todos estos significantes tan cargados son la materia prima a través de la cual confirmamos, modificamos o negamos nuestro sentido de identidad ya existente, tanto a nivel personal como nacional. Las infraestructuras de información y comunicación son, por lo tanto, lugares cruciales de protesta en el «circuito de la cultura» (du Gay y otros 1997), donde la producción, presentación, reglamentación, consumo y creación de significados están todos íntimamente implicados en la creación de la identidad, tanto a nivel personal como nacional.

Bibliografía citada

Althusser, L. (1971) "Ideology and Ideological State Apparatuses" en *Lenin and Philosophy and Other Essays*. London, New York, New Left Books.

Gay, P. du; Hall, S.; Janes, L.; Mackay, J. y Negus, K. (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London, Thousand Oaks/New Delhi, Sage Publications with The Open University.

Tomaselli, Ruth Teer (2004). "Transforming State-Owned Enterprises in the Global Age: Lessons from Broadcasting and Telecommunications in South Africa" en *Critical Arts*, a Journal for South-North Cultural and Media Studies, Vol. 18, Nº 1. Reproducción autorizada por la autora.

dividuo (y su sedicente "resistencia") entre los usos de los productos culturales ha enturbiado el discernimiento de los retos que implica la recomposición de la ciudadanía y del espacio público. El hecho de que el consumo también es, y cada vez más, una producción de informaciones dentro del régimen de la reglamentación socioeconómica del posfordismo, se ha convertido en un punto ciego.

El carácter ambiguo del retorno a la diversidad cultural también se puso claramente de manifiesto con la nueva legitimidad de que disfruta la problemática de la fragmentación de las identidades. La noción de "multiculturalismo" es el centro de las controversias. "Verdadero-falso concepto", retoño de una "vulgata planetaria" exportada por la comunidad académica de Estados Unidos: la crítica que le dirigen los sociólogos Pierre Bourdieu y Loïc Wacquant (2000) es radical. La noción padece un triple vicio: el *grupismo* (cosificación de las divisiones sociales canonizadas por la burocracia estatal en principios de conocimiento y reivindicación política); el *populismo* (o celebración ingenua de la cultura de los dominados y de su "punto de vista"); el *moralismo* (que desemboca en un debate sin fin ni efectos sobre el necesario "reconocimiento cultural").

Especialista en culturas de la diáspora, el politólogo James Cohen (1999) ayuda a entender mejor las implicaciones políticas del uso de las nociones de diversidad cultural y multiculturalismo aplicadas al estudio de la comunidad hispanohablante de Estados Unidos: «De tanto plantear lo latino como una cuestión de "diversidad cultural", se olvida que el caldo de cultivo de las tensiones sociales y políticas del futuro será el fulgurante desarrollo de la precariedad socioeconómica de millones de latinos agrupados en barrios, desde Los Ángeles a Nueva York. En otras palabras, convendría subsumir la cuestión del modo de gestión de la diversidad cultural y lingüística en la del modelo social a secas». Y concluye: «El llamamiento étnico es, por definición, una amplia interpelación, un comodín que se presta a todos los usos políticos».

La levitación de la investigación en relación con las distinciones sociales demuestra que los discursos sobre las identidades particulares se han adelantado a los discursos sobre el principio de igualdad como objetivo prioritario de la acción política, que habían diseñado, en el transcurso de los dos últimos siglos, la figura de lo universal, de sus polos de atracción y de sus grandes relatos. De hecho, es la tesis central de la obra de Ernesto Laclau (2000) sobre *La guerra de las identidades*. Se aprecia este mismo panculturalismo en muchos de los planteamientos de los *Cultural Studies* (Mattelart y Neveu 1996, 2003). Según observa, acertadamente, la argentina Beatriz Sarlo (1997), «el bricolaje que se produce bajo ese paraguas [...] no tiene nada que ver con los estudios culturales (tal y como surgieron en Gran Bretaña en los años sesenta) en el sentido de su preocupación por establecer un sistema de refracciones entre lo social y la dimensión simbólica [...] Es decir, tienen una especie de laxitud teórica, ya no se trata de cultura de mezcla sino más bien de combinación típicamente académica, ecléctica, de capas de sentidos teóricos».

La cultura como "bien público común": ¿una nueva utopía?

El pervertimiento del tema de la diversidad cultural es un asunto que sobrepasa los guetos académicos. Afecta sobre todo a los procesos de legitimación del proyecto de orden tecno-global. Desde los años sesenta, el argumento de la diversidad se ha convertido en el caballo de Troya de una ideología ferozmente opuesta al Estado-nación-providencia. Desde Alvin Toffler a Peter Drucker, pasando por Nicholas Negroponte o John Perry Barlow (1995), profeta del libertarismo comunitario, las tecno-utopías, bloqueadas en el fondo del reloj de arena han destilado una forma de pensamiento maniqueo, que contrasta el Estado con la sociedad civil, las políticas públicas con la autorregulación mercantil, la rigidez con la flexibilidad, la centralización con las descentralización, el sistema con la vida cotidiana,

la uniformidad con la diversidad. El primer término de la antinomia sirve de contraste y señala el camino que conduce a la redención ciberespacial, simbolizada por el segundo.

A partir de los años ochenta, los estrategas del *marketing* y del *management* han convertido la diversidad cultural en una noción operativa al erigirla en el principio de segmentación transnacional de los objetivos en "comunidades de consumidores" (*consumption communities*). Han anticipado así el hecho de que las nuevas tecnologías de almacenamiento de información y de establecimiento de perfiles ¡permiten producir diversidad de forma estandarizada!

Con los procesos de desreglamentación y privatización de los sistemas audiovisuales y de telecomunicaciones, la cultura se ha incorporado a la nomenclatura de los "servicios". Y la diversidad cultural se ha identificado con la multiplicación de la oferta y la demanda en el mercado de bienes culturales. «Cuando los productos sean más asequibles por los consumidores, se multiplicarán las posibilidades de expresar la diversidad de culturas y lenguas que abundan en Europa» puede leerse en un informe sobre la "sociedad global de la información" emitido en 1994 por el comisario de telecomunicaciones de la Unión Europea.

Agresivo, el discurso que acompaña a las estrategias de concentración de los megagrupos de comunicación está sintonizado en la misma longitud de onda: «Lo digo de entrada: mi filosofía personal siempre me incitará a ser un adepto entusiasta de la diversidad, del mestizaje y del multiculturalismo [...]. Allá donde algunos temen la uniformización, yo, al contrario, veo cómo vibra un mundo más diverso, más abierto, más tolerante». Así se expresaba, en abril de 2001, el amo de Vivendi-Universal, segundo grupo mundial de comunicación, en la portada del diario *Le Monde*. Título del artículo: *Vivir la diversidad cultural*. Y el hombre que aspira a convertir a su grupo en «el que mejor encarne esta diversidad cultural, nacida en Europa» concluye diciendo que en la «mundialización plural, colorida, mestizada» no hay sitio para las mentalidades tristes que fustigan la «mercantilización de la cultura» e intentan convencer de la necesidad de una «cultura-excepción» para evitar el reino de una «cultura-dominación». La cultura «no sabe llevar el uniforme y no deja que la alisten», remacha. ¡La excepción cultural ha muerto! ¡Viva la diversidad! La denostada excepción cultural, este es el principio, evidentemente, que, en 1993, consiguió arrancar la Unión Europea en el pulso que mantuvo con Estados Unidos en el marco del General Agreement on Tariffs and Trade (GATT).

Este Acuerdo de 1993 sobre la excepción cultural dista mucho de ser indeleble. Y no sólo por las embestidas de los grandes grupos. Por un lado, en el seno de la Unión Europea, el color político de los gobiernos, desde entonces, ha cambiado considerablemente. El consenso, obtenido ya entonces con gran esfuerzo, corre el riesgo de saltar en pedazos en cualquier momento, en cada renegociación periódica sobre aplicación de la política de cuotas de programación y de ayudas a la producción cinematográfica. Defección de la Italia de Silvio Berlusconi, posición desfalleciente de España y Gran Bretaña, reticencia de Alemania. En vísperas de la cumbre de Seattle, a finales de 1999, la Unión Europea, al unísono, trocó la noción de "excepción cultural" por la de "diversidad cultural", so pretexto de que la primera connotaba una estrategia defensiva. Confiaba, sobre todo, en ocultar los desacuerdos. Fue en vano: esta fachada consensual no tardó en agrietarse. Ningún país miembro acogió favorablemente la propuesta de las autoridades francesas de considerar la repatriación de los debates sobre la cultura a un organismo internacional de características similares a las de la UNESCO. El Director General de la UNESCO, por su parte, ha reiterado, en numerosas ocasiones, que la institución que preside no se considera habilitada para tratar el asunto de los intercambios de bienes y servicios culturales, atribuido a la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Sin embargo, en la UNESCO, el tema de la diversidad cultural es objeto de todas las atenciones. Al término de la XXXI Conferencia General, que tuvo lugar en París en octubre-noviembre de 2001, se aprobó una "Declaración universal sobre la diversidad cultural". Entre las líneas de actuación del plan previsto para su implantación figuran objetivos relacionados, en particular, con la "sociedad de la información" tales como: «fomentar la alfabetización digital», «promover la diversidad lingüística en el espacio digital», «luchar contra la fractura digital». En 2003, fue aprobado el proyecto de elaboración de una "Convención" para la promoción y protección de la diversidad cultural cuya ambición es dotar a los Estados y a la llamada comunidad de las instituciones internacionales de un instrumento jurídico que funde la legitimidad de las políticas públicas. El texto de la Convención debería ser el objeto de un voto en la Asamblea General de la UNESCO en octubre de 2005. Dos informes anteriores habían sentado las bases de un diagnóstico sobre la "diversidad creadora". En 1996, un primer texto, que tenía precisamente este título, preconizaba la necesidad de una «nueva ética mundial sin la cual ninguna solución a los inmensos problemas de la exclusión sería realmente posible». Cuatro años más tarde, otro informe, subtitulado "diversidad cultural, conflicto y pluralismo", volvía a la carga. En ambos documentos se esbozaban los grandes rasgos de la arquitectura de una "nueva pertenencia", en respuesta a la triple complejidad introducida por la mundialización en la definición misma de pluralismo cultural: la tensión entre migración y ciudadanía, la exacerbación de las estrategias de identidad, el recrudecimiento de las tendencias preexistentes a la xenofobia. En 2001, la UNESCO añadió una nueva categoría a la definición de "patrimonio de la humanidad": las "formas de expresión popular y tradicional, orales o inmateriales", y los "espacios culturales". Esta categoría ha sido puesta en pie de igualdad con la "conservación de los sitios naturales y culturales". De este modo, en el continente americano han sido seleccionados la música de los Garífona de Belice, el carnaval andino de Oruro, la fraternidad del Espíritu Santo de los Congos de Villa Mella, en la República Dominicana, y el patrimonio oral del pueblo Zapara, en Ecuador.

El anuncio, efectuado en la Conferencia de la OMC, que tuvo lugar en Doha (Qatar), en noviembre de 2001, de la apertura de un nuevo ciclo de negociaciones sobre servicios ha reactivado las controversias euro-norteamericanas sobre el estatuto especial otorgado a las industrias culturales. Habrá que contar, necesariamente, a los que están convencidos. Con mayor razón, ya que si muchos gobiernos de países del Sur han manifestado y siguen manifestando un interés real por la experiencia europea de las llamadas políticas de excepción cultural, no es menos cierto que otros muchos interpretan estas últimas como un problema exclusivo de los grandes países industriales deseosos de proteger su industria y su mercado. Mientras que, en 1992, Canadá le sacaba al gobierno de Estados Unidos la cláusula de "exención cultural", en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) México, el tercer socio de la zona de librecambio, estimaba que sus industrias culturales nacionales eran suficientemente poderosas como para prescindir de tales medidas tachadas de "proteccionistas". Un escepticismo de similar naturaleza, respecto de la necesidad de tales políticas públicas, era el que expresaba un miembro de la delegación brasileña del entonces gobierno del presidente Fernando Henrique Cardoso ante la OMC, en Doha: «Visto desde Brasilia, el combate por la excepción cultural es un combate de retaguardia». Es la razón por la que el gobierno brasileño ha sido uno de los primeros, en 2001, en sumarse al puñado de gobiernos favorables a que la liberalización de este sector de los "servicios" se debata en la nueva ronda de negociaciones sobre "servicios" iniciada por la OMC. Como ya hemos señalado anteriormente, México y Brasil poseen fuertes grupos audiovisuales, que son grandes exportadores de telenovelas. En los años setenta, cuando el Movimiento de países no alineados había incluido en el orden del día de la UNESCO la necesidad de establecer un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, más de un centenar de países habían apoyado la iniciativa. Unos treinta años más tarde, los estragos de las políticas de desreglamentación ultraliberal han reducido considerablemente esta masa crítica de delegaciones gubernamentales. En cambio, la sociedad civil organizada, cuya presencia era escasa en los debates de los años setenta, ha irrumpido en el escenario de las negociaciones. Al margen de los avatares de las mediaciones intergubernamentales, de los compromisos y de las componendas que implican, las nuevas redes sociales globales hacen oír su voz. Así, la Coalición por la Diversidad Cultural que, desde Montreal, agrupa en su seno a escritores, autores-compositores, músicos, guionistas, realizadores, artistas-intérpretes, productores independientes, distribuidores, editores que, sin excepción, reivindican el derecho de los Estados a poner en práctica las «políticas necesarias en apoyo de la diversidad y de la viabilidad de las empresas que las producen y las difunden». Desde entonces, ninguna cumbre en la que se discute el porvenir del planeta queda al margen de las presiones de las organizaciones no gubernamentales. La búsqueda de alianzas es compleja. La presión ejercida por estas organizaciones para que los Estados-naciones no se despojen a sí mismos de las herramientas de su soberanía cultural se ha convertido en prioridad estratégica. Pero esta acción, a su vez, sólo puede resultar eficaz si se construyen macroconjuntos que permitan que los gobiernos individuales no tengan que enfrentarse solos a la maquinaria burocrática del orden tecnoglobal. Así es como, al margen de la OMC y paralelamente a la construcción de las redes de resistencia que militan a favor de la diversidad cultural, los ministros de cultura de unos cincuenta países ya se han agrupado, en 2002, en una red informal para sustraer la cultura a los dirigentes del librecambio. Porque existen otros instrumentos internacionales, que no pasan obligatoriamente por la OMC, para imponer el cumplimiento de una nueva regla. A imagen y semejanza de lo que ha ocurrido u ocurre en relación con los tratados sobre minas antipersonales o sobre los cambios climáticos, frutos de este procedimiento, la idea consiste en conseguir progresivamente que cada vez adhieran más Estados a un convenio. «Cuantos más sean los que lo ratifiquen, mayor será su influencia y su peso político. Será un poderoso argumento para excluir definitivamente la cultura del ámbito de intervención de la OMC».

En febrero de 2002, y desde el prisma de los movimientos sociales reunidos con motivo del segundo Foro Social Mundial, organizado en la ciudad brasileña de Porto Alegre, la filosofía de la «excepción cultural» se transformó en criterio, llegado el momento de definir «otro mundo posible». El principio ha salido de su reducto, más allá de los límites de las industrias culturales y de la «soberanía cultural» en los que estaba confinado. Se ha incorporado al extenso debate sobre los «bienes públicos comunes», ámbitos todos ellos en los que se corre el riesgo de que las lógicas tecno-mercantiles desnaturalicen la noción de diversidad. En la declaración final sobre diversidad cultural puede leerse: «Más allá de estas propuestas relativas a la cultura, queremos organizar una conferencia mundial para definir los principios y las modalidades de gestión del conjunto de los bienes comunes de la humanidad, para los cuales la noción de servicio público debe prevalecer sobre los mecanismos del mercado: educación, salud, cultura, medio ambiente, agua».

Esta forma de considerar el desarrollo futuro de la humanidad debería tenerse en cuenta en los debates que se están abriendo sobre la arquitectura de las redes de la información y la comunicación, y la forma que tomará la futura "sociedad del conocimiento". El "derecho a la comunicación" debería formar parte de esta inalienabilidad de los bienes públicos comunes. De no hacerse así, la nueva sociedad prometida del conocimiento o de la información corre el riesgo de servir de coartada para la reproducción de las segregaciones del orden global. La única opción que les queda a los que han sido abandonados a su suerte es, en última instancia, la adaptación neodarwiniana al determinismo técnico.

Cultura popular, narrativa e identidad

En 1970, el filósofo de la vida cotidiana Henri Lefebvre publicaba *Le Manifeste différentialiste* (El manifiesto diferencialista). Observaba que la aparición de movimientos sociales que se ordenan en torno a especificidades económicas, políticas, culturales, étnicas, sexuales, etc., era la expresión notoria de la crisis, amenazante y, a la vez, rica en potencialidades, del modo de regulación social. Al reivindicar la distancia diferencial, estas nuevas formas de resistencia se planteaban no ya, simplemente, oponiéndose, sino, ante todo, afirmando una identidad. Su novedad estaba en que intentaban entablar alianzas temporales y fluctuantes, para, de este modo, estar juntos y formar una masa crítica suficiente sin verse obligados a diluir, alienar, su propia especificidad. La irrupción de estas especificidades indicaba, según él, una ruptura con la noción autocastrante de pluralismo. Estos análisis han resultado ser premonitorios. Así se explica que, en el umbral del siglo XXI, puedan seguir leyéndose como propuestas desde las cuales pueda pensarse en la redefinición de las utopías elaboradas por las voluntades colectivas. Lefebvre planteaba la cuestión de la articulación política de las diferencias, de donde emergería una fuerza crítica capaz de influir en el curso de la evolución social. Tres décadas después de la publicación del *Manifiesto diferencialista*, el reto de la respuesta parece todavía más crucial, si se tiene en cuenta que los diversos movimientos sociales globales están comprometidos en la construcción de una alternativa al modelo de globalización ultraliberal. Porque si hay una fuente de una nueva pluralidad, es, sin duda, la de la diversidad de los protagonistas que han surgido en la esfera cívica mundial.

Bibliografía citada

Amselle, J. L. (2001). *Branchements. Anthropologie de l'universalité des cultures.* Paris, Flammarion.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

Barlow, J. P. (1995). "The Future of Government" en *Spin*, November.

Bénat-Tachot, L. y Gruzinski, S. (eds.) (2001). *Mécanismes de métissages.* Paris, Presses universitaires de Marne la Vallée/MSH.

Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2000). "La nouvelle vulgate planétaire" en *Le Monde Diplomatique*, marzo.

Boyer, R. (2000). "Les mots et la réalité" en Cordellier, S. (ed.) *Mondialisation au-delà des mythes.* Paris, La Découverte.

Braudel, F. (1958). "Histoire et sciences sociales: la longue durée" en *Annales: économies, sociétés, civilisation*, 13, **N°** 4.

Braudel, F. (1979). *Le Temps du monde.* Vol 3 : *Civilisation matérielle, économie et capitalisme XVe-XVIIIe siècle.* Paris, Armand Colin.

Certeau, M. (1980). *Arts de faire. L'invention du quotidien.* Paris, Gallimard.

Cohen, J. (1999). "La latinisation des Etats-Unis": clivages sociaux et faux-semblants culturels" en *Actuel Marx*, N° 27.

Ferro, M. (1999). "Le futur au miroir du passé" en *Le Monde diplomatique*, Septembre.

Galtung, J. y otros (1980). *Self-reliance. A Strategy for Development.* London, Bogle-L'Ouverture Publications.

Glissant, E. (1996). *Introduction à une poétique du divers.* Paris, Gallimard.

Guinsberg, E. (2001). *La salud mental en el neoliberalismo.* México, Plaza y Valdés.

Laclau, E. (2000). *La guerre des identités. Grammaire de l'émancipation.* Paris, La Découverte/MAUSS.

Mattelart, A. (1992). *La comunicación-mundo*. Madrid, Fundesco.

Mattelart, A. (1996). *La invención de la comunicación.* México, Siglo XXI.

Mattelart, A. (2000). *Historia de la utopía planetaria.* Barcelona, Paidós.

Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1987). *Pensar sobre los medios.* Madrid, Fundesco.

Mattelart, A. y Neveu, E. (2003). *Introduction aux 'Cultural Studies'.* Paris, La Découverte.

Merleau-Ponty, M. (1955). *Les aventures de la dialectique.* Paris, Gallimard.

Reguillo, R. (1997). "Más allá de los medios: diez años después" en *Comunicación y sociedad*, N° 30. México, Universidad de Guadalajara.

Sarlo, B. (1997). "Entrevista a Beatriz Sarlo" en *Causas y azares*, N° 80. Buenos Aires.

UNESCO (2000). *Rapport mondial sur la culture 2000.* Paris, UNESCO.

Abarcar el bosque, no sólo un árbol: estrategias culturales para combatir el SIDA

Arvind Singhal

La mayoría de las intervenciones de comunicación para el cambio de comportamiento con fines de prevención, cuidado y asistencia respecto del VIH se han centrado en las personas como el *locus* del cambio. Hablando metafóricamente, las intervenciones se han ocupado más del árbol y no suficientemente del bosque del que forma parte el árbol. Este texto aboga a favor de la importancia de abarcar el bosque en el diseño y la implementación de intervenciones de comunicación basadas en la cultura. Los planteamientos desde la cultura en las intervenciones de comunicación en la lucha contra el VIH/SIDA deben: (1) ver la cultura como una aliada (2) reconstruir los ritos culturales, (3) emplear narrativas con resonancias culturales; y (4) crear una pedagogía basada en la cultura para la prevención del VIH.

A comienzos del 2003, ya habían sido infectadas con VIH cerca de 65 millones de personas en todo el mundo, 25 millones de las cuales habían muerto con SIDA. De los 40 millones de personas que sobreviven con VIH, 28 millones se encuentran en el África subsahariana, y unos cuatro millones en la India (Singhal y Rogers, 2003). En Zimbabwe, un país del África subsahariana, 45 por ciento de los niños menores de cinco años son VIH positivos y la epidemia ha bajado la expectativa de vida a 22 años. Dos de cada tres ciudadanos de Zimbabwe entre las edades de 15 y

Mattelart, Armand (2000). Ponencia presentada en la conferencia internacional *Bogues 2001: Globalism and Pluralism in Montreal*, abril. Reproducción autorizada por el autor.

39 años son VIH positivos. Un joven de 15 años en Botswana o Sudáfrica tiene una probabilidad entre dos de morir de SIDA. Las muertes de SIDA están tan generalizadas en Sudáfrica que los niños pequeños tienen un juego que se llama "Funerales" (Singhal y Howard, 2003a). Sin embargo, en la próxima década, el epicentro del VIH/SIDA se trasladará de los países del África subsahariana a India, China y Rusia. Se pronostica que hacia el 2010, la India tendrá de 15 a 20 millones de casos VIH positivos.

Hasta la fecha, la mayoría de las intervenciones de comunicación para el cambio de comportamiento con fines de prevención, cuidado y asistencia respecto del VIH se han centrado en las personas como el lugar del cambio. ¿Qué lecciones deben países como la India, sentados en la cúspide de la explosión de VIH/SIDA, aprender de estas experiencias pasadas? ¿Cómo pueden utilizar más estratégicamente las estrategias de comunicación sensibles a la cultura, para la prevención, el cuidado y la asistencia respecto del VIH/SIDA?

Concentrarse en las voces

Extracto de *¿Se ha captado el mensaje? 20 años aprendiendo del VIH/SIDA*

Thomas Scalway

El SIDA se mueve por los puntos de fractura de la sociedad (Farmer 1992), ataca a aquellos cuyo sexo establece que no pueden negociar relaciones sexuales seguras, con una situación económica que determina negociar con el sexo, y en áreas donde las normas sociales ocultan las relaciones sexuales entre varones. Ataca a comunidades en las que el alto nivel de desempleo o los bajos salarios propician entornos donde el consumo de drogas inyectables o el sexo sin control se han convertido en los únicos medios de diversión o autoexpresión (Foreman 1999). La epidemia apunta a comunidades que experimentan rápidos cambios sociales, conflictos o desplazamientos. Los sistemas educativos débiles, los sistemas de salud de dudosa seguridad o en situación de precariedad, los lugares donde los medios de comunicación no pueden informar de manera eficaz, son el mejor caldo de cultivo para la expansión del SIDA. No es, pues, extraño que los más afectados por el VIH/SIDA estén tan mal representados cuando se delinea la forma en que los gobiernos y las organizaciones internacionales tratan el problema. El SIDA siempre ha afectado, sobre todo, a los pobres y a los marginados, grupos que, casi por definición, están excluidos de las discusiones políticas que moldean sus sociedades.

Las lecciones de Uganda, Senegal y Tailandia muestran que crear una amplia conciencia y un conocimiento público del VIH/SIDA ha sido un aspecto crítico para encontrar una solución eficaz; sin embargo, también revistió idéntica importancia que todos los niveles de la sociedad formularan sus propias respuestas a la epidemia. La recepción de los mensajes sobre el SIDA fue complementada por los de quienes podían hablar francamente sobre el tema, conversar entre ellos, formular demandas a nivel nacional. El debate y la discusión se remitieron a, y fueron influidos por, voces fiables en el gobierno y en las universidades locales. La acción, ya sea en comportamientos sexuales o en los cientos de interacciones sociales que conducen al cambio social, surgió de la discusión y el debate en la sociedad, un debate impulsado por una multitud de voces.

Se deben redirigir las estrategias de comunicación hacia la priorización de nuevos entornos de comunicación que fomenten la comunicación interpersonal, el diálogo y el debate, y que se centren tanto en conceder la voz a los más afectados por el VIH, como educando mediante sus mensajes. Los indicios sugieren cada vez más que sólo cuando las personas realmente se comprometen en discusiones y conversan sobre el VIH se produce el cambio individual y social real.

La lógica de la distribución del VIH está estrechamente imbricada dentro de sistemas más amplios de desigualdad, y cualquier intento para solucionar problemas de salud sin atacar los subyacentes representará sólo un ajuste superficial. La comunicación sobre el VIH no es la excepción. Los mensajes de prevención del SIDA, las campañas internacionales sobre SIDA y hombres o SIDA y estigma tienen un gran valor, pero resultan insuficientes cuando están separados de enfoques que abordan los problemas estructurales subyacentes. En cambio, existe la urgente necesidad de apoyar intervenciones que faciliten la comunicación sobre el SIDA de una manera que se adapte y responda a las desigualdades dentro de cada contexto. Y sin duda es posible que los más afectados por la epidemia puedan superar algunas de las barreras de comunicación que son causa y consecuencia de estas desigualdades.

Estos mecanismos de unión pueden adoptar la forma de un entorno mediático en el cual se expresen una mayor pluralidad de voces y opiniones mundiales, incluidas las de los desposeídos. Pueden crearse como entornos políticos más abiertos a ideas y aportes de los interesados más afectados por el VIH/SIDA.

Las fuerzas del activismo contra el SIDA, provocadas por la desesperación de las víctimas del VIH o por la energía y la indignación de quienes trabajan para dominar el VIH/SIDA, pueden tender un puente contra estas desigualdades. En los lugares donde el activismo local se afirmó, los resultados son alentadores. Pero para que el activismo local nazca donde todavía no existe una sociedad civil concienciada, es preciso crear un ambiente que propicie el diálogo y la discusión abierta, donde puedan surgir las comunidades de interés y sea posible escuchar las opiniones de quienes más interés tienen en el debate público sobre el SIDA.

Al subrayar la importancia de crear entornos de comunicación abiertos, no nos referimos a desarrollar nuevos tipos de mensajes sobre salud, sin importar su empoderamiento y sensibilidad por el contexto. Por el contrario, centramos la atención en las redes, los canales y la infraestructura social a través de los cuales pueda crecer rápidamente la charla, el debate, la incidencia política y la movilización contra el VIH/SIDA. Como Elizabeth Fox (2003), de USAID, señaló en una presentación reciente, «aunque un mensaje sobre la necesidad de reducir el número de amantes esté muy bien elaborado, será inútil en un contexto donde los jóvenes no tienen acceso a los medios de comunicación o, incluso peor, no tienen poder sobre sus parejas».

Recurriendo a éxitos pasados, es posible comenzar a descubrir lo positivo de los entornos de comunicación sobre el VIH, aunque en esta etapa y con los recursos actuales para desarrollar este trabajo, esto dista mucho de ser una ciencia exacta. Se necesita con urgencia más investigación y análisis en esta área.

Bibliografía citada

Farmer, P. (1992). *AIDS and Accusation: Haiti and the Geography of Blame.* Oxford, University of California Press.

Foreman, M. (1999). *AIDS and Men.* London, Panos/Zed Books.

Fox, Elizabeth (2003). "Managing Communication for Development". Presentación en el seminario IADB Development Communication.

Scalway, Thomas (2003). En *Missing the Message. 20 Years of Learning from HIV/AIDS.* London, Panos Institute. Reproducción autorizada por el autor y la editorial.

Subrayaremos aquí la importancia de incorporar los conocimientos locales, incluyendo sus elementos culturales constitutivos, para diseñar, desarrollar e implementar intervenciones eficaces contra el VIH/SIDA. Examinaremos las limitaciones de las estrategias de comunicación para el cambio de comportamiento dirigidas a individuos, y argumentaremos a favor de considerar las estrategias culturales en el diseño y la implementación de campañas de prevención, cuidado y asistencia respecto del VIH/SIDA.

La comunicación para el cambio de comportamiento: centrarse en el árbol

Los modelos de cambio de comportamiento para la programación de la comunicación respecto al VIH/SIDA —tales como la difusión de innovaciones (Rogers, 1995), la teoría de acción razonada (Fishbein y Ajzen, 1975) y la jerarquía de efectos (McGuire, 1981)— empiezan por determinar los conocimientos, actitudes, intenciones de comportamiento y prácticas de comportamiento de las personas en cuanto a la prevención, el cuidado y la asistencia en lo que concierne al VIH (Singhal y Rogers, 2003). Se identifican los vacíos en los conocimientos, actitudes y comportamientos del público objetivo, y luego las intervenciones de comunicación se orientan a abordar estas deficiencias a nivel individual. Sin embargo, los resultados de las estrategias de comunicación para el cambio de comportamiento para la prevención del VIH han sido insuficientes en el mejor de los casos y por lo general han fracasado (Airhihenbuwa, 1999; Melkote, Muppidi, y Goswami, 2000). ¿Por qué? Las estrategias de comunicación para el cambio de comportamiento, al centrarse únicamente en los cambios a nivel individual suscriben implícitamente por lo menos cuatro supuestos erróneos.

- Las estrategias de comunicación para el cambio de comportamiento suponen que todas las personas son capaces de controlar su contexto. Sin embargo, el que una persona pueda o no someterse a una prueba de VIH, usar condones,

ser monógama o usar agujas limpias depende de factores culturales, económicos, sociales y políticos sobre los cuales un individuo puede ejercer poco control.

- Las estrategias de comunicación para el cambio de comportamiento suponen que todas las personas están en un "campo de juego parejo". Sin embargo, las mujeres y aquellos en situación socioeconómica desventajosa son más vulnerables al VIH/SIDA.
- Las estrategias de comunicación para el cambio de comportamiento suponen que todas las personas toman decisiones por su libre voluntad. Sin embargo, la protección de una mujer del VIH es a menudo determinada por su pareja masculina.
- Las estrategias de cambio de comportamiento suponen que todas las personas toman de manera racional decisiones sobre salud preventiva. ¿Bajo qué lógica pondría uno su vida en peligro comportándose de manera riesgosa? Un joven keniano —que el autor conoció en Nairobi en junio del 2001— aludió a un dicho popular kiswahili para justificar su actitud irracional: *Aliyetota hajui kutota*, que significa "A quien ya está mojado no le importa mojarse más".

Las estrategias de comunicación para el cambio de comportamiento pecan de presentar socialmente el VIH/SIDA como una enfermedad de peligro mortal que se debe temer y que es consecuencia de comportamientos promiscuos y anormales de los "otros", los grupos de alto riesgo (Paiva, 1995). Por ello, las propuestas comunicacionales del pasado han sido anti sexo, anti placer y generadoras de temor. Aunque la "sexualidad" implica placer, las estrategias de comunicación para el cambio de conducta rara vez han visto el sexo como juego, como aventura, como diversión, fantasía, regalo, intercambio, espiritualidad y ritual (Bolton, 1995). Los teóricos del cambio de comportamiento, en sus modelos y marcos, no vieron cómo el concepto social del "amor" —que exige tomar riesgos, confiar y dar— contribuye al sexo riesgoso.

Debido a su concentración en los cambios individuales, la mayoría de programas de intervención contra el VIH/SIDA rara vez toman en cuenta cómo se concibe social y culturalmente la sexualidad en la sociedad. De ese modo, los programas de intervención contra el VIH/SIDA están volando sin visión ni timón. El trabajo del antropólogo Richard Parker sobre la concepción social y cultural de los actos sexuales en Brasil es ilustrativo (Parker, 1991, Daniel y Parker 1993). Parker sostuvo que la "experiencia erótica" a menudo se sitúa en actos de "trasgresión sexual", es decir, la socavación intencional, en privado, de las normas públicas. Expresiones brasileñas comunes como *Entre quatro paredes, tudo pode acontecer* o *Por de baixo do pano, tudo pode acontecer* señalan cómo la experiencia erótica radica en la libertad de tales momentos ocultos (Daniel y Parker). Esta construcción social y cultural del erotismo podría explicar por qué un hombre felizmente casado, con una vida familiar estable e hijos, visita a trabajadoras sexuales. Dentro de cuatro paredes, una trabajadora sexual podría realizar una gama de actos sexuales que una esposa "correcta" rechazaría.

El trabajo de Parker en la deconstrucción de la "sexualidad" ofrece explicaciones sociales y culturales del motivo por el cual el acto del sexo anal se percibe como algo relativamente más común en Brasil que en la mayoría de países asiáticos o africanos. Parker explica que el sexo anal es más generalizado en Brasil, tanto hombre-hombre como hombre-mujer, y que dichos guiones sexuales se aprenden desde temprano. En el juego de *troca-troca* (canje-canje), los hombres adolescentes se turnan introduciendo su pene en los anos de los demás (Daniel y Parker). Los encuentros sexuales entre hombres y mujeres adolescentes también incluyen comúnmente el sexo anal para evitar el embarazo y la ruptura del himen de la joven, que sigue viéndose como una señal importante de su "pureza" sexual.

El hecho de no tomar en cuenta los contextos de tales concepciones culturales y sociales de la sexualidad ha conducido a una creciente insatisfacción

con la ineficacia relativa de las intervenciones de la comunicación para el cambio de comportamiento contra el VIH/SIDA centradas en el individuo. Las intervenciones de comunicación para el cambio de comportamiento contra el VIH/SIDA rara vez toman en cuenta los contextos de tales concepciones culturales y sociales de la sexualidad. Por lo tanto, la insatisfacción con su ineficacia relativa está creciendo. Muchos teóricos de la comunicación consideran que es hora de alejarse de las teorías de comportamientos preventivos en salud a nivel individual y considerar intervenciones culturales y contextualizadas a múltiples niveles (McKinlay y Marceau 1999, 2000; Salmon y Coger, 1992). Hablando metafóricamente, las nuevas voces exhortan a los estrategas de los programas de comunicación a no limitarse a analizar y a influir en cómo flotan los corchos sobre el agua, y más bien a centrarse en redirigir las corrientes más profundas y fuertes que determinan dónde terminan los grupos de corchos en la costa (McMichael, 1995).

En una reunión de UNAIDS en Ginebra en 2000, un representante de Kenia se refirió a las alumnas de edad escolar en Kenia que prestan favores sexuales a hombres adinerados de clase media (conocidos como "dulces papitos"[1]) a cambio de dinero en efectivo, teléfonos celulares y automóviles (pasear en carros costosos como Mercedes-Benz o BMW). Los "papitos" inician el proceso de seducción diciéndoles a las jóvenes: "déjame comprarte pollo y papas fritas" o "déjame pasearte en mi automóvil". Estos intercambios ponen a las estudiantes en riesgo de contraer VIH. De hecho, los índices de infección con VIH de las jóvenes en Kenia son cinco veces más altos que los de los jóvenes, y la explotación por los "papitos" contribuye a esta diferencia (Singhal y Rogers 2003). Estudios etnográficos de las jóvenes escolares en Kenia demostraron que ellas conocían bien el alto riesgo de contraer SIDA, pero estaban dispuestas a arriesgarse. ¿Por qué rechazar tales aventuras glamorosas, cuando la alternativa era bregar con la escuela y la universidad, encontrar trabajo, y cumplir con quehaceres domésticos y papeles reproductivos?

En Kenia, como en otros lugares, enraizadas creencias culturales sobre la sexualidad masculina, sobre la virilidad asociada a las relaciones sexuales con chicas jóvenes (que simbolizan "trofeos") y el poder y el prestigio de los símbolos de modernidad como el dinero, los teléfonos celulares y los automóviles complican el diseño de las intervenciones contra el VIH dirigidas a las jóvenes y sus "papitos". Los mensajes dirigidos individualmente, como "apártate de los *papitos*" o "apártate de las escolares", serán sin duda ineficaces.

Estrategias culturales: centrarse en el bosque

Una perspectiva cultural en la formulación de las intervenciones contra el VIH/SIDA supone distanciarse del enfoque individual como meta principal de las intervenciones preventivas. Esta nueva orientación implica que el bosque es más importante que un sólo árbol. Entender el contexto cultural permite apreciar la manera como se distinguen individualmente los árboles y discernir su orden, incluyendo los roles, las conexiones y las relaciones que existen entre ellos (Airhihenbuwa 1999). Entender el bosque revela por qué ciertos árboles se alzan sobre los demás, qué árboles alimentan a otros árboles y otros matices.

¿Cómo se puede poner en práctica el principio de "entender el bosque" en las intervenciones de comunicación contra el VIH/SIDA? Las intervenciones de comunicación deben tratar de

- ver la cultura como una aliada,
- reconstruir los ritos culturales,
- emplear narrativas con resonancias culturales y
- crear una pedagogía basada en la cultura para la prevención del VIH.

Ver a la cultura como aliada

Las estrategias de comunicación a menudo veían la cultura como estática y consideraban erróneamente

que las creencias de las personas sobre la salud eran barreras culturales. Ésta es una visión predominantemente negativa. A menudo se ha culpado a la cultura del fracaso de las intervenciones contra el VIH (Brummelhuis y Herdt 1995, Parker 1991, Moses y otros 1990). Pero también se podrían considerar las fortalezas de una cultura e identificar y canalizar los atributos de la cultura que son útiles para los programas de prevención, cuidado y asistencia respecto del VIH/SIDA (Airhihenbuwa 1995).

Varias dimensiones socioculturales y espirituales de la sociedad senegalesa fortalecieron la respuesta eficaz del país al VIH/SIDA: por ejemplo, las normas culturales en lo que concierne a la universalidad del matrimonio; la rapidez con la que viudos(as) y divorciados(as) se vuelven a casar; la censura moral frente a toda forma de cohabitación sexual no sancionada por las creencias religiosas; redes sociales extendidas de padres, primos, parientes, vecinos y otros que actúan para controlar la sexualidad irresponsable (Lom 2001). El temor a deshonrar a la familia y el subsiguiente síndrome del "qué dirán" ejerce un control fuerte sobre el comportamiento individual (Diop 2000 UNAIDS 1999). Así, en Senegal, las creencias socioculturales ayudan en la prevención del VIH.

De modo similar, los atributos culturales del pueblo nguni en el sur de África revelan puntos de acceso para implementar la comunicación para el cambio de conducta contra el VIH/SIDA. Por ejemplo, entre los nguni, la responsabilidad de impartir educación sexual a los jóvenes generalmente se delega a una tía o un tío al inicio de la pubertad. El énfasis cultural se coloca en la abstinencia sexual. Existe un tabú muy fuerte contra la deshonra del nombre de la familia. Los miembros de una familia extendida se turnan cuidando a los enfermos para evitar sobrecargar a una sola persona. No existen los huérfanos, ya que los miembros de la familia extendida cuidan de los niños sin padres. El *ukusoma* (un término zulu para el sexo sin penetración) se practica de manera generalizada entre los nguni, tanto para conservar la virginidad como para evitar el embarazo. La mujer mantiene los muslos juntos mientras el hombre encuentra alivio sexual. Otros grupos usan el codo doblado con el mismo fin. Existen prácticas sexuales similares sin penetración entre ciertos grupos de Etiopía (conocidas como "frotar"), los kikuyu de Kenia y otros grupos.

En la misma línea, los programas para dejar de fumar entre hispanoamericanos identificaron la fuerza cultural del valor del *familismo*, una norma cultural positiva entre latinos, y la canalizaron para reducir el consumo de tabaco (Airhihenbuwa 1995, 1999; Díaz 1997). Asimismo, los lazos familiares estrechos son una fortaleza importante de la sociedad india, donde la definición de familia incluye a vecinos y colegas (denominados "amigos familiares"). Las intervenciones de prevención del VIH, así como las iniciativas de cuidado y asistencia, deben canalizar este fuerte lazo familiar (Mane y Maitra 1992).

Reconstruir los ritos culturales

Tal como se ha señalado anteriormente, las prácticas culturales imperantes a menudo pueden parecer perjudiciales para la prevención, el cuidado y la asistencia respecto del VIH/SIDA. En esas circunstancias, la vinculación metafórica entre cultura y perjuicio debe exponerse, deconstruida y reconstruida, para que se puedan forjar nuevas asociaciones culturales positivas (Airhihenbuwa y Obregó 2000), como ilustran los ejemplos siguientes.

La provincia de Nyanza en el oeste de Kenia, el corazón del territorio de la etnia Luo que bordea el lago Victoria, tiene uno de los índices más altos de VIH en el mundo (más de 40 por ciento de la población adulta es VIH positiva). El VIH llegó a la zona de Nyanza a mediados de la década de 1980 y se propagó rápidamente. Como muchas otras culturas de África oriental, los luo reciben a las viudas en herencia (una práctica también denominada "guardianía del hogar"). Cuando el esposo muere, uno de sus hermanos o primos se casa con la viuda. Esta tradición garantiza que los niños permanezcan en la familia del esposo fallecido y que la viuda y sus hijos tengan sustento. El acto sexual con el pariente del esposo fallecido sellaba el lazo entre la viuda y su nueva familia (Blair y otros 1997). Sin embargo, esta práctica cultural condujo a la rápida transmisión del VIH entre los luo.

La investigación antropológica en Nyanza demostró que la práctica de purificación de la viuda continúa, ya que los luo desean fervientemente evitar el *chira*, la maldición que cae sobre la persona que no cumple con los ritos tradicionales. Sin embargo, deliberaciones con los mayores de la comunidad sugirieron posibilidades de reemplazar el rito del acto sexual con ritos alternativos, como que el pariente coloque la pierna sobre el muslo de la viuda o que cuelgue su chaqueta en casa de ella (Blair y otros 1997). Los mayores señalaron que tales ritos alternativos eran aceptables, ya que los luo los practicaban décadas atrás. La zona de Nyanza y la cultura luo merecen mayor estudio para derivar lecciones sobre el papel de la cultura en la prevención del VIH que podrían aplicarse localmente y en otras zonas.

Las revelaciones culturales derivadas de la provincia de Nyanza sugieren que los administradores de programas contra el VIH/SIDA deberían ir más allá de la identificación de las prácticas culturales perjudiciales (como la "purificación de la viuda"), para crear e implementar ritos alternativos culturalmente aceptables. El PAH (Programa de Tecnología Alternativa en Salud), en Nairobi, creó una ceremonia alternativa para las jóvenes en Kenia, llamada "circuncisión con palabras". Hasta la fecha, unas 6.000 jóvenes han participado en estas ceremonias evitando el riesgo de infección con VIH durante las ceremonias de ablación del clítoris.

Emplear narrativas con resonancias culturales

Como se ha señalado anteriormente, las intervenciones de comunicación sobre la prevención, cuidado y asistencia respecto del VIH/SIDA sobrevaloran las apelaciones científicas y racionales para motivar al público. La mayoría de las campañas de comunicación sobre el VIH/SIDA en América Latina, África y Asia han subvalorado los canales de comunicación oral tradicionales y la fuerza de la comprensión auditiva. En estas culturas, la tradición oral goza de una riqueza de imágenes visuales y es sobre lo que se funda el aprendizaje (Airhibenbuwa 1999). Proverbios, adagios, acertijos, el folclor y la narración de cuentos son mensajes de comunicación importantes (Singhal y Rogers). La tradición narrativa ofrece el potencial de expresión cultural, especialmente las palabras de consejo y aliento que a menudo se expresan en adagios, alegorías y metáforas (Airhibenbuwa 1999).

A los programas de VIH/SIDA les va mejor cuando las explicaciones científicas se expresan en los contextos locales de entendimiento (Harris 1991). Estas explicaciones contextualizadas se llaman "explicaciones sincréticas" (Barnett y Blaikie 1992). Las intervenciones contra el VIH/SIDA en África deben expresar los mensajes de prevención de manera que encajen con los mitos mágico-religiosos locales dominantes. Una campaña de prevención de la diarrea en el norte de Nigeria ilustra la importancia de brindar explicaciones sincréticas. Cuando los misioneros en Nigeria se alarmaron con la cantidad de muertes infantiles debido a la diarrea, trataron de enseñarles a las madres a hervir el agua. A las madres se les dijo que sus hijos se morían debido a unos animales pequeños en el agua, y que se podía matar a estos animales si se hervía el agua. Los cuentos de animales invisibles fueron recibidos con escepticismo. Los bebés siguieron muriéndose. Finalmente, un antropólogo visitante sugirió una solución. Había, dijo él, "espíritus malignos en el agua; hiervan el agua y los verán yéndose, burbujeando hacia fuera para escaparse del calor" (Okri 1991). Este mensaje logró el efecto deseado y la mortandad infantil debido a la diarrea bajó considerablemente.

Cultura popular, narrativa e identidad

Crear una pedagogía basada en la cultura para la prevención del VIH

En Brasil varios programas de prevención del VIH/SIDA se inspiran en los planteamientos participativos del educador brasileño Paulo Freire (1970), quien sostenía que la mayoría de las intervenciones políticas, educativas y comunicacionales fracasa porque son diseñadas por tecnócratas basándose en su propia visión personal de la realidad (Melkote y Steeves 2001). Rara vez toman en cuenta las perspectivas de las personas a quienes estos programas están dirigidos. La pedagogía dialógica de Freire destacaba el papel del "educador como educando" y del "educando como educador", donde cada uno aprende del otro en un proceso mutuamente transformador. El papel del facilitador externo se ve como un trabajar *con* y no *para* los oprimidos a fin de organizarlos en su incesante lucha por recuperar su humanidad (Singhal 2003b). La verdadera participación, según Freire, no implica una relación sujeto-objeto. Sólo hay una relación sujeto-sujeto.

En 1990, Vera Paiva, una psicóloga de la Universidad de São Paulo y una experta en temas de VIH/SIDA y género, utilizó el planteamiento participativo de Paulo Freire para obtener la participación de los alumnos y maestros de las escuelas de zonas pobres de la ciudad de São Paulo en la prevención del VIH/SIDA. A partir de una comprensión profunda de la dimensión sociocultural del riesgo, la meta de la intervención era crear una generación de "sujetos sexuales" que podían regular su vida sexual, a diferencia de ser objetos del deseo y de los guiones sexuales de otros (Paiva 2000). Un sujeto sexual es el que participa conscientemente en una relación sexual negociada basada en las normas culturales de las relaciones de género y es capaz de articular y practicar el sexo seguro con placer, de manera consensuada, y de decir "no" al sexo.

Con la cooperación de los alumnos, maestros y miembros de la comunidad, Paiva desarrolló una pedagogía de prevención del VIH contextualizada en la cultura, que buscaba estimular la acción y respuesta colectiva de quienes se veían afectados directamente por el VIH y vivían en un contexto vulnerable. La interacción grupal cara a cara con los y las jóvenes señaló la importancia de comprender el papel de los sujetos sexuales en diversas "escenas sexuales", compuestas de la relación género-poder entre los participantes, su grado de compromiso afectivo, la naturaleza del momento, el lugar, las normas sexuales en la cultura, las costumbres raciales y de clase, y otras (Paiva 1995). Palabras como *AIDS*, *camisinha* (condón) y otras se decodificaron y los participantes propusieron nuevas palabras y códigos para nombrar al cuerpo y las reglas de los géneros, con lo cual se generaron nuevas realidades.

Paiva utilizó una variedad de técnicas creativas para ayudar a los participantes a formular una pedagogía de la prevención del VIH basada en su cultura: discusiones de grupo, simulación de roles, psicodramas, trabajo en equipo, tareas para el hogar, moldear pasta hecha de harina y sal para modelar los genitales y las partes reproductivas del cuerpo, juegos para hacer que los condones sean eróticos y arte con condones (para sentirse cómodos tocándolos con las manos). Para romper las inhibiciones durante las simulaciones de roles, se colocó una "almohada" en el centro de la habitación que simbolizaba un "sujeto" sexual. Por ejemplo, la almohada podía representar a un homosexual o una lesbiana "en el closet", una escolar virgen o un escolar bisexual. Los participantes podían adoptar a la almohada para tener deliberaciones internas con el sujeto, experimentarse a sí mismos en el lugar del otro o comprender sus propias fantasías. La almohada ofrecía un vehículo para hablar a través de un personaje ficticio, sin perder la privacidad (Paiva 1995).

Los procesos grupales demostraron que las inhibiciones sexuales podían derribarse en el contexto de la *sacanagem* (travesuras sexuales), acompañada de lenguaje sexual "exagerado" y la erotización del contexto (Paiva 1995). El tema de los condones se

volvió fácil de abordar cuando el chico y la chica estaban listos para "aflojar las bisagras de la cama" o "voltear el automóvil", durante el acto sexual. La pedagogía de la prevención se basó en una "erotización" de la prevención.

Conclusiones

El trabajo de Vera Paiva en Brasil, y la insatisfacción con los planteamientos biomédicos y orientados al individuo para el cambio del comportamiento, resaltan la importancia de concebir audaz, radical y culturalmente la prevención, el cuidado y la asistencia respecto del VIH. Se necesitan más planteamientos desde la cultura, a diferencia de los planteamientos racionales centrados en el individuo. Se necesitan más enfoques dialógicos basados en la comunidad, en lugar de planteamientos "bancarios" basados en el individuo.

Nuestro análisis sugiere que la cultura puede aportar un factor positivo o negativo a la prevención, cuidado y asistencia respecto del VIH. Los administradores de programas deben identificar y canalizar los atributos culturales que son aliados potenciales para las iniciativas de VIH/SIDA. En cuanto a las prácticas culturales que podrían parecer obstáculos, la asociación metafórica entre cultura y barreras debe ser expuesta, deconstruida y reconstruida en forma de ritos culturales alternativos (tales como los ritos alternativos a la circuncisión femenina o la purificación de viudas en África). Se deben usar narrativas con mayores resonancias culturales, expresadas en los contextos locales. Por último, hay que forjar una pedagogía de la prevención del VIH basada en la cultura para crear "sujetos" que pueden regular su vida, en lugar de ser los objetos del deseo de otros.

Al considerar las estrategias de comunicación basadas en la cultura para la prevención, cuidado y asistencia respecto del VIH, los estrategas de la comunicación deben estar atentos a los peligros de manipular o subvertir la cultura (Airhibenbuwa, 1995; Melkote y Steeves 2001). ¿Qué pasaría si la construcción o deconstrucción de la cultura llevara a la destrucción cultural? Al abarcar el bosque, hay que estar atentos a no subvertir la ecología subyacente del bosque.

Notas

1 En inglés "sugar daddies". (N. del E.).

Bibliografía citada

Airhibenbuwa, C. O. (1995). *Health and culture: Beyond the western paradigm*. Thousand Oaks, California Sage Publications.

Airhibenbuwa, C. O. (1999). "Of culture and multiverse: Renouncing 'the universal truth' in health" en *Journal of Health Education*, 30(5).

Airhibenbuwa, C. O., y Obregon, R. (2000). "A critical assessment of theories/models used in health communication of HIV/AIDS" en *Journal of Health Communication*, 5.

Barnet, T. y Blaikie, P. (1992). *AIDS in Africa: Its present and future impact*. New York, Guildorm Press.

Blair, C.; Ojakaa, D.; Ochola, S. A. y Gogi, D. (1997). "Barriers to behavior change: Results of focus group discussions conducted in high HIV/AIDS incidence areas of Kenya" en Umeh D. C. (ed.). *Confronting the AIDS epidemic: Cross-cultural perspectives on HIV/AIDS education*. Trenton, NJ, Africa World Press.

Bolton, R. (1995). "Rethinking Anthropology: The Study of AIDS" en Han ten Brummelheis and Gilbert Herdt (eds.) *Culture and sexual risk: Anthropological perspectives on AIDS*. Amsterdam, Gordon & Breach.

Brummelhuis, H. y Herdt, G. (1995). *Culture and sexual risk: Anthropological perspectives on AIDS*. Amsterdam, Gordon and Breach.

Daniel, H. y Parker, R. (1993). *Sexuality, Politics, and AIDS in Brazil*. London, Falmer Press.

Díaz, R. M. (1997). "Latino gay men and psycho-cultural barriers to AIDS prevention" en Levine, Martine; Nardi, Peter M. y Gagnon, John H. (eds). *In Changing Times: Gay men and Lesbians encounter HIV/AIDS*. Chicago, University of Chicago Press.

Diop, W. (2000). "From government policy to community-based communication strategies in Africa: Lessons from Senegal and Uganda" en *Journal of Health Communication*, 5.

Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior.* Reading, Massachusetts, Addison-Wesley.

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed.* New York, Continuum.

Harris, D. (1991). "AIDS and theory" en *Linguafranca*, 1 (5).

Mane, P. y Maitra, S.A. (1992). *AIDS Prevention: The Socio-Cultural Context in India.* Mumbai, Tata Institute of Social Sciences.

McGuire, W. (1981). "Theoretical Foundations of Campaigns" en Rice, E. C. y Paisley, W. (eds.). *Public communication campaigns.* Newbury Park, California, Sage.

McKinlay, J. B., y Marceau, L. D. (2000). "Public health matters: To boldly go" en *American Journal of Public Health*, 90 (1).

McMichael, A. J. (1995). "The health of persons, populations, and planets: Epidemiology comes full circle" en *Epidemiology*, 6.

Melkote, S. R.; Muppidi, S. R. y Goswami, D. (2000). "Social and Economic Factors in an Integrated Behavioral and Societal Approach to Communications in HIV/AIDS" en *Journal of Health Communication*, 5.

Melkote, S. R. y Steeves, L. (2001). *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice For Empowerment.* New Delhi, Sage.

Moses, S.; Bradley, J. E.; Nagelkerke, N. J. D.; Ronald, A. R.; Ndinya-Achola, J. O. y Plummer, F. A. (1990). "Geographical patterns of male circumcision practices in Africa: Association with HIV seroprevalence" en *International Journal of Epidemiology*, 19 (3).

Okri, B. (1991). *The Famished Road.* New York, Oxford University Press.

Paiva, V. (1995). "Sexuality, AIDS, and gender norms among Brazilian teenagers" en Han ten Brummelheis y Gilbert Herdt (eds.) *Culture and sexual risk: Anthropological perspectives on AIDS.* Amsterdam, Gordon & Breach.

Paiva, V. (2000). *Fazendo arte com a camisinha; Sexual-idades jovens em tempos de AID.* São Paulo, Summus Editorial.

Parker, R. (1991). *Bodies, Pleasures, and Passions: Sexual Culture in Contemporary Brazil.* Boston, Beacon Press.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations.* Fourth Edition. New York, The Free Press.

Salmon, C. T., y Kroger, F. (1992). "A systems approach to AIDS communication: The example of the national AIDS information and education program" en Timothy, Edgar; Fitzpatrick, Mary Anne y Freimuth, Vicki S. (eds.) *AIDS: A Communication Perspective.* Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.

Singhal A. (2003b). "Entertainment-education through participatory theater: Freirean strategies for empowering the oppressed" en Singhal, A.; Cody, M. J.; Rogers, E. M. y Sabido, M. (eds.) *Entertainment-education and Social Change: History, Research, and Practice.* Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbum Associates.

Singhal, A. y Howard, W. S. (Eds.) (2003a). *The Children of Africa Confront AIDS: From Vulnerability to Possibility.* Athens, Ohio, Ohio University Press.

Singhal, A. y Rogers, E. M. (1999). *Entertainment-education: A Communication Strategy for Social Change.* Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.

Singhal, A. y Rogers, E. M. (2003). *Combating AIDS: Communication Strategies in Action.* New Delhi, Sage.

UNAIDS (1999). *Acting Early to Prevent AIDS: The Case of Senegal.* Geneva, UNAIDS.

Singhal, Arvind (2003). "Focusing on the Forest, Not Just the Trees: Cultural Strategies for Combating AIDS", en *MICA Communications Review.* Mudrah Institute of Communications Ahmedabad. Reproducción autorizada por el autor.

Vida cotidiana y edu-entretención en TV

Extracto de *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*

Valerio Fuenzalida

La situación hogareña de recepción por parte del ama de casa muestra una particular expectativa acerca de una "TV educativa" para el hogar. Desde un punto de vista temático, la expectativa educativa se relaciona con mejoría de la calidad de vida cotidiana en el hogar y con identidad femenina. Y desde un punto de vista formal, la expectativa educativa se relaciona con diversos géneros de *magazine* y con ficción. Son diversos géneros de entretención desde cuyo interior se desea que "dejen algo", es decir "sacar" elementos de ayuda para salir adelante enfrentando las necesidades de identidad y los problemas de vida cotidiana en el hogar. A través del proceso de resignificación educativa situado en el hogar se realiza esta síntesis de entretención-educación.

Existe evidencia desde la situación existencial de recepción de que los sectores populares requieren que la TV abierta —más que instrucción en conocimientos y destrezas técnicas— eduque en el hogar hacia una cultura afectiva de la propia autoconfianza. Se ha hecho un especial hincapié en las formas de realización televisivas que son finalmente, más que los contenidos, las que comunican a la audiencia emociones negativas de desesperanza, depresión, y pasividad. A través de sus formas, otros programas comunican, en cambio, actitudes y emociones positivas, como interés, admiración, identificación, energía de superación. La cultura afectiva de la autoconfianza es indispensable para superar actitudes de autocompasión y desvalimiento, que fomentan conductas de pasividad y el paternalismo. Desde el punto de vista de la forma televisiva, entre los diversos tipos de reportajes televisivos existe el llamado reportaje agonal, el cual es especialmente apropiado para hacer comparecer el esfuerzo y el protagonismo de la gente corriente para enfrentar sus problemas. Tal posibilidad educativa en la TV es consistente con una reciente corriente en la acción social que estima que —más que inventariar las carencias de los pobres— es preciso diagnosticar sus capacidades y recursos, para potenciarlos y convertirlos en sujetos activos de su propia superación (Parker 1999). Las personas y grupos con creciente autoestima robustecen su capacidad emprendedora, y entonces ellas mismas buscan los conocimientos necesarios y aprenden las destrezas requeridas.

El atractivo de los niños hacia diversos programas televisivos —que padres y maestros desvalorizan— aparece mucho más comprensible a partir de la situación etnográfica del hogar y las motivaciones profundas infantiles. Las motivaciones infantiles hacia los programas de TV son complejas y se entremezclan. Es posible hacer un intento por resumirlas en algunos grandes haces, como descanso y reenergización sicosomática en el hogar; fortalecimiento afectivo del yo para crecer y desarrollarse; exploración del mundo natural, social y afectivo; compartir en familia; acción épica hacia el bien. Los esquemas generativos de la estructura formal del contenido en los animados infantiles se nos revelan como formas lúdico-dramáticas de entretención y de un aprendizaje cultural afectivo; aprendizaje que no se refiere a materias cognitivas del *curriculum* escolar sino a actitudes y motivaciones profundas ante la vida. La entretención televisiva constituye una estructura lúdico-dramática desde cuyo interior se puede obtener un aprendizaje útil para la vida, y que se obtiene menos por la vía racional del análisis conceptual y más bien por la vía afectiva del reconocimiento con situaciones alusivas a la vida cotidiana y con personas significativas, sean reales o ficcionales.

Respecto de los jóvenes, se ha visto la dificultad de la TV para relacionarse con este grupo, para el cual el atractivo por la ficción y el *reality show* parece indicar que la estructura de la oposición dramática sería la forma televisiva más apropiada a las exploraciones de aprendizaje en esta época existencial.

Así, pues, la revisión de algunos segmentos de audiencia muestra una expectativa educativa hacia la TV muy interrelacionada con la situación cotidiana del hogar, con las motivaciones existenciales en diversas épocas y momentos vitales, con los horizontes laborales. A diferencia de la enseñanza escolar y de la capacitación laboral, las expectativas educativas situacionales están entretejidas con formas televisivas de entretención. Y en todos los casos, la potencialidad educativa situacional se acrecienta en la medida en que exista una conversación con una discusión mediadora.[1]

La entretención como espacio-tiempo lúdico de alejamiento y re-visión

Siendo la entretención la relación más básica por excelencia de la audiencia con los medios audiovisuales es, sin embargo, un tema muy poco estudiado en la literatura especializada. Se pueden constatar en Occidente posturas generales que valoran antitéticamente la entretención como positiva o negativa, desde un punto de vista macrosocial. La concepción negativa tiene profundas raíces culturales en ciertas corrientes del ascetismo moral romano y judeocristiano, en la concepción religiosa del puritanismo calvinista, en el racionalismo de la Ilustración, en el marxismo, y todos subrayando la influencia distractora y alienante con relación a lo serio e importante de la vida. En esta concepción la parte valorada de la vida es el trabajo de producción cotidiana de ella, con las diversas tareas, quehaceres, negocios, estudios, y otras actividades sometidas a la ley del rendimiento; la entretención se comprende como un tiempo de ocio improductivo, donde no rige la ley del rendimiento hacia lo importante; es una pérdida de tiempo, excepto por el descanso reparador de energías (para seguir haciendo algo útil). La concepción benéfica de la entretención ha valorizado, por una parte, el placer y el humor como una gratificación restauradora de la energía y, por otra parte, una esfera lúdica gratuita y libre, diferente de la vida cotidiana con la ley del rendimiento, que estimula afectivo-cognitivamente la fantasía creadora y expande las potencialidades del receptor (Communication Research Trends 1998).

Los dirigentes sociales de Occidente (políticos, religiosos, intelectuales, empresariales, sindicales,) por regla general comparten la concepción negativa de la entretención, como percepción dominante y culturalmente heredada; la entretención es comprendida como descanso, pero finalmente es una pérdida de tiempo; la entretención televisiva provoca, entonces, más bien un sentimiento de malestar e incomodidad, y habitualmente apuntan a "hacerla productiva" a través de tres "ideales televisivos":

a) Racionalizar la TV con mayor presencia de la herencia racional constituida por la escuela, la universidad, la información de prensa, el debate sociopolítico, programas documentales, y otros.
b) Intelectualizar la entretención y el agrado, con la presencia por TV (y con el debate conceptual) acerca de las manifestaciones más altas y elitarias de la Alta Cultura (música selecta - ópera - ballet - plástica - cine arte, y otras).
c) Instrumentalizar la TV con el uso intencional de la entretención como forma de concientización masiva (al estilo Brecht, realismo socialista, propaganda política; formación religiosa, educación en salud, etc.).

Desde el punto de vista de la recepción televisiva, la entretención es un sentimiento complejo que se opone al aburrimiento, al desinterés, la desatención, el no-involucramiento; el sentimiento de entretención no se opone, entonces, ni es contradictorio con información o educación; esto es, no es un sentimiento que anule la cognición, el cual ha sido uno de los grandes temores en Occidente.

Desde el punto de vista de la emisión, la entretención televisiva es una producción, una disposición de signos y formas televisivas que pueden resultar en el sentimiento de entretención del televidente (y que a menudo provocan más bien el sentimiento de aburrimiento). La entretención según la etnografía del hogar puede ocurrir (o no), como se ha visto, con géneros muy diversos: de compañía personal-oral más que visual en algunos casos, narración de testimonios y experiencias personales, presentación de problemas sociales, ficción de diversa naturaleza. La entretención lograda en el sentimiento de los televidentes genera un espacio-tiempo lúdico con leyes propias, que se entremezcla en proporciones diversas con el espacio-tiempo del hogar y las reglas de rendimiento de la vida cotidiana. Hay programas de compañía adaptados a la situación de quehaceres en el hogar, a los cuales solo es posible otorgar atención de monitoreo, y así la audiencia transita sicológicamente de modo permanente entre el espacio de trabajo cotidiano y el espacio lúdico de entretención. En situaciones de descanso del ama de casa y de otros habitantes del hogar, es posible mirar con atención más concentrada, y focalizar el interés en ese espacio-tiempo de entretención (y se procura que esté incontaminado de ruidos distractores); en esas situaciones se produce la mayor ruptura sicológico-cultural del orden rutinario-obligatorio cotidiano con su ley del rendimiento y el mayor ingreso en la esfera gratuita, diferente y gratificante del espacio lúdico.

Pero como se ha visto acerca de varios géneros de programas, en el interior del espacio-tiempo lúdico la audiencia realiza diversas exploraciones acerca de su vida cotidiana, comparaciones; escudriña un actuar de otra manera; fantasía de lo diferente y posible, indagación de identidad. En la audiencia ocurren los procesos de involucramiento en el espacio lúdico y distanciamiento comparativo-reflexivo, de modo individual y de modo grupal, especialmente a través de conversaciones familiares y extrahogareñas. Las formas de involucramiento en el espacio-tiempo lúdico son menos analítico-conceptuales y más corporales-emotivo-dramáticas. El espacio-tiempo lúdico tiene leyes propias de expresión, entre ellas la ley de la gratuidad y la gratificación, rupturas de los límites cultural-cotidianos entre razón/emoción, mente/cuerpo, entretención/utilidad, entretención/reflexión, y entre los géneros televisivos de educación/información/entretención. El distanciamiento es muy variable; como se ha visto, puede ser conceptualmente mínimo en el caso de los niños; en jóvenes y adultos puede ocurrir un importante re-ver y un anticipar de la propia vida, en el diálogo consigo mismo y en conversación grupal con otros.

Desde el interior de este espacio lúdico de entretención televisiva la audiencia realiza aprendizajes, donde el conocimiento se deduce más bien comparando la propia experiencia con la experiencia de otras personas reales o imaginarias, a diferencia de programas con discusiones abstractas sobre generalizaciones conceptuales. Este proceso de aprendizaje a través de la identificación y el reconocimiento aparece complejo: implica la presentación por parte del emisor de modelos y situaciones concretas, que operan atrayendo afectivamente el interés exploratorio del televidente; si éste es situacionalmente atraído, atiende con atención más concentrada y se involucra de modo más activo, e interactúa con el texto televisivo evaluándolo y resignificándolo desde su situación sicocultural.

Desde el interior del espacio lúdico de entretención, aparece un modo de aprendizaje —afectivo, dramático— más por vía de identificación emocional que por razonamiento conceptual. Según el racionalismo occidental, la emoción es contradictoria con la razón y falsea la cognición de la realidad. Para el dramaturgo Bertolt Brecht la emoción estética inhibe la acción y sería un elemento alienador de la conducta socialmente benéfica; en cambio, según las nuevas concepciones revalorizadoras de la emo-

ción, ésta es una forma de conocimiento diferente a la racional y es un principio motivador de la conducta activa (Damasio 2000).

Este modo televisivo de aprendizaje emocional gratificado a través del lenguaje audiovisual —narrativo de historias ficcionales, comparecencia testimonial de la realidad, compañía personalizada que se hace cargo de los problemas de la vida cotidiana en el hogar— permite comprender la masiva popularidad de las telenovelas, de la ficción y de otros programas, por sobre géneros televisivos más analítico-conceptuales. En la relación gratificada con esos géneros aparecen las huellas culturales de la oralidad, rediviva y coexistiendo con la analítica de la lectoescritura (Fuenzalida 2002).

El modo de aprendizaje a través de situaciones y modelos concretos no es nuevo. Ha sido destacado por Werner Jaeger (1992), en *Paideia*, como la forma más antigua de educación, realizada a partir de los textos de Homero, los cuales fueron usados por siglos como la forma narrativo-testimonial para la formación infanto-juvenil en Grecia. Este modo de aprendizaje sería previo al modo analítico de conocimiento que aparece posteriormente con la lectoescritura, el cual fue considerado por Platón como el único modo de conocimiento válido, inaugurando así el racionalismo occidental enemistado con la narración de historias experienciales, con la entretención lúdica y con la fantasía. En la *Retórica*, Aristóteles recupera ambos modos de conocimiento y de comunicación, otorgando igual estatuto de dignidad al conocimiento por la vía lógica y deductiva del *entimeme* como al conocimiento inductivo por la vía de modelos o paradigmas concretos.

Tras siglos de racionalismo occidental, el lenguaje lúdico-afectivo de la TV está de nuevo popularizando masivamente el aprendizaje inductivo, interesando al televidente en la exploración de situaciones cotidianas y en la evaluación de modelos experienciales, sean ficcionales o testimoniales de casos reales; y más que raciocinando en torno a generalizaciones conceptuales abstractas, relacionándose afectivamente a través de las formas particulares y concretas de la metáfora lúdica y la sinécdoque (Ford 1994).

TV pública y edu-entretención

Las anteriores conclusiones abren nuevas perspectivas para la reforma de los canales de TV pública en América Latina. Una revisión reciente de las estaciones públicas latinoamericanas de TV abierta muestra que si bien ellas constituyen un quinto de la capacidad regional de emisión televisiva, las cifras de llegada a la audiencia en la década de los 90 las ubican en los últimos lugares con una participación (*share*) de entre el 3 y el 5%, con las excepciones de Televisión Nacional en Chile y algunas señales públicas de Colombia (Fuenzalida 2000). La gran mayoría de los canales públicos de la región han sido manejados por los gobiernos de turno y se le han asignado principalmente —de modo más brutal o más encubierto— funciones de persuasión política hacia las opciones gubernamentales y, en los peores casos, la TV se puso al servicio del caudillismo político (militar o civil) del momento. Pero los canales gubernamentales propagandísticos en competencia con otros canales televisivos y con otros medios (masivos y grupales) de comunicación han obtenido una escasa audiencia en su programación informativa, por su carencia de credibilidad. Y la programación con ingredientes más cercanos a la entretención resultó, en general, de bajo atractivo.

Según la revisión de Fuenzalida (2000) la experiencia latinoamericana con las estaciones gubernamentales de propaganda se sintetiza finalmente en una espiral descendente provocada por la discontinuidad en la dirección ejecutiva de la empresa, no-credibilidad en la información, deslegitimación ante la audiencia, carencia de sintonía, crisis económica, obsolescencia industrial y, en algunos casos, corrupción. Esta situación se ha tornado socialmente cada vez más impresentable. Es una contradicción que vuelve inviable al canal, pues no goza de credibilidad ni de legitimidad social, ni se comporta como empresa económicamente responsable ante los ciudadanos.

La experiencia histórica de fracaso de las televisiones gubernamentales latinoamericanas, propagandísticas y corruptas, está llevando a algunos países retornados a la democracia a explorar nuevas conceptualizaciones de TV pública y nuevas formas de organización; esto es, nuevos modelos más apropiados a los problemas, necesidades y limitaciones latinoamericanas, en lugar de intentar "copiar" modelos europeos, japoneses, o norteamericanos en TV pública. No puede constituirse en paradigma ideal de TV pública un modelo de *ethos* cultural europeo que exhibe el debate conceptual de minorías ilustradas ante un espectador regional pasivo, subconsumidor y pobre, y de *ethos* narrativo-oral más que racional-conceptual.

El robustecimiento de la ciudadanía social en América Latina debería constituirse en un eje de reconceptualización para la comunicación televisiva pública; esto significa una concepción televisiva en donde los objetivos centrales son más del Estado que del gobierno de turno; ellos se focalizan en un primer objetivo —nacional y transcendente a los gobiernos— de proporcionar una información plural, balanceada y confiable a la ciudadanía, en lugar de propaganda gubernamental; y en un segundo objetivo: proporcionar una importante cuota de programas de entretención para el hogar-familia y, donde sea posible, entremezclar elementos que contribuyan a mejorar la calidad de vida en el hogar; es la estrategia de la *edu-entretención*, en lugar de la disociación de ambos contenidos. La reciente introducción en América Latina de nuevos canales públicos de cobertura regional, local, metropolitana o municipal, en TV abierta y en cable, está ampliando el abanico de públicos segmentados para la TV pública con posibilidades de tener parrillas programáticas diversificadas para atender necesidades ciudadanas mucho más definidas y concretas en el hogar.

Si el actor social que demanda educativamente a la TV (padres, maestros, funcionarios gubernamentales, políticos, etc.) y el actor-industria (comunicadores audiovisuales, empresarios y ejecutivos de TV, y en especial canales públicos de TV) avanzasen en operacionalizar el desplazamiento conceptual, se podría aprovechar mejor la potencialidad educativa —efectiva y factible— del medio televisivo, con programas gratificantes y masivos, y adecuados a las expectativas y necesidades de niños, dueñas de casa, sectores populares, jóvenes y tercera edad de nuestra región latinoamericana.[2]

Teoría de la influencia de la TV: del *power* a la *potentia*

Los datos etnográficos, principalmente, aquí expuestos, también arrojan luz acerca de un tema clásico y tradicional en torno a la TV: el poder del medio. La tesis más tradicional acentúa el *power* del texto medial; esto es, su fuerza inmanente, inexorable e irresistible para actuar determinísticamente sobre la conciencia y las conductas del receptor: para bien o para mal, personal y socialmente.

Los datos proporcionados muestran, por el contrario, la inefectividad de muchos mensajes realizados (con gran buena voluntad y buenas intenciones) para afectar positivamente a los receptores. El impacto determinístico, mecánico y fatal no se verifica. Ni siquiera para la influencia más primaria, como es entretener.

Una teorización más realista, en lugar del *power* inmanente-determinístico de un programa televisivo, debería hablar más apropiadamente de *potentia* de un programa televisivo; *potentia* en su concepción aristotélico-tomista; esto es, una capacidad potencial de influir y afectar, pero cuya actualización efectiva en el receptor no es determinística, sino que depende, por una parte, de la adecuada realización del mensaje y, por otra parte, de la receptividad subjetivo-cultural del receptor; esto es, de la capacidad receptiva del televidente, de su situación-condición sicosomática y cultural.

Notas

1 Tal constatación es importante para las agencias especializadas en educar para una recepción televisiva más útil; muestra que la familia es el lugar cultural en donde se debe amplificar la recepción grupal.

2 Es urgente una seria toma de conciencia acerca del fracaso de la TV pública de propaganda en América Latina, promovida a nivel internacional por organismos regionales como la OEA, OEI, BID, CEPAL, y otros, con la presentación estimulante de nuevos modelos de organización, algunos ya en experimentación (Fuenzalida 2002a). Es bastante increíble que estos organismos regionales —que estimulan la introducción de reformas en políticas económicas y financieras, educativas, en salud y administración pública— hayan descuidado la necesidad de la reforma de la TV pública que, como se ha dicho, dispone de un quinto de la capacidad de emisión televisiva regional.

Bibliografía citada

Aristóteles (1991). *The Art of Rhetoric*. Traducción e introducción de Lawson-Tancred, H. C. London, Penguin Books.

Communication Research Trends (1998), en *Media Entertainment*, Vol. 18, Nº 3. Saint Louis, CSCC-Saint Louis University.

Damasio A. R. (2000). *Sentir lo que sucede. Cuerpo y emoción en la fábrica de la conciencia*. Santiago, Andrés Bello.

Fuenzalida V. (2000). *La televisión pública en América Latina. Reforma o privatización*. Santiago, FCE.

Fuenzalida V. (2002). *TV abierta y audiencia en América Latina*. Buenos Aires, Norma.

Ford A. (1994). *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Jaeger W. (1992). *Paideia*. México, FCE.

Parker C. (1999). "Nuevos enfoques sobre pobreza e impacto en programas sociales" en *Estudios Sociales*, Nº 99. Santiago, CPU.

Fuenzalida, Valerio (2004). Extracto de *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Bogotá, Editorial Norma. Reproducción autorizada por el autor.

La dramatización y sus reversos

Extracto de *Subjetividad, crisis y vida cotidiana. Re-pensar el poder desde la cultura*

Rossana Reguillo

Hay imágenes emocionales que pueden remover las bases más estables de los estados nacionales. A lo largo y a lo ancho de la América Latina abundan las evidencias empíricas de acciones políticas que tienen la virtud camaleónica de operar simultáneamente como "imágenes fotografiables", lo que significa "descifrables" para los medios de comunicación, como poderosas apelaciones a subjetividades diferenciadas, lo que significa "apropiables" por un conjunto diverso y disperso de actores sociales que se reconocen, de pronto en una imagen, en un ritual, en una performance espontánea o intencional.

En varios de mis trabajos enfatizo la dimensión performativa de la acción política de manera cuidadosa y documentada; no me detengo entonces en esta cuestión, sino en la potencia articuladora y eventualmente transformadora del ritual performativo, clave hoy en una sociedad que no puede prescindir del lenguaje sincrético del símbolo hecho acción y que opera sobre la llamada a una emocionalidad "indecible" desde el lenguaje oficioso de la política.

De la bandera sometida a la limpieza del Perú de Fujimori —que actualizó de manera contundente la crítica a la corrupción del gobierno— a la performance protagonizada por la sociedad mexicana en los tiempos más duros de la represión contra el zapatismo, donde la expresión "todos somos Marcos" se convirtió en consigna-estandarte que viajó de la plaza pública a camisetas y a las paredes de las ciudades, en estos años hemos visto aparecer poderosos símbolos-acciones, cuya posibilidad de trascendencia radica en apelar y al mismo tiempo remover, sacudir ciertas certezas político culturales.

Por ejemplo, el rostro tras el pasamontañas que al ocultarse se hace visible, tomó por asalto el rock nacional, los murales de jóvenes grafiteros encontraron en esta expresión un articulador para su descontento y su desesperanza. Decir "todos somos Marcos" fue el intento, a voces, no de reencontrar una especie de unidad mítica de la nación, como señalaron los críticos y detractores de la lucha zapatista, sino precisamente su contrario: hacer visible la heterogeneidad de las demandas y agravios que cabían en esta lucha y al mismo tiempo pasarle un poderoso mensaje a la comandancia zapatista: el reconocimiento explícito de que muchos mexicanos y mexicanas otorgaban a los zapatistas la posición de una "vanguardia" nacional en la lucha política pero principalmente cultural de una nación en busca de "otro" proyecto y que pese a la renuncia explícita del EZLN de asumir esta posición, operó como una clave de lectura. El neozapatismo ha sido un movimiento amplio cuya capacidad de convocación radica en su distancia frente a las opciones partidistas y su renuncia explícita a tomar el poder (Reguillo 2000).

Disminuida la efervescencia de la toma de calles y de plazas, de marchas, con la consecuente "contracción" del espacio público, la multitud regresó a la soledad acompañada de su vida cotidiana a resolver, "cada quien como se pueda", las carencias y contradicciones, a reencontrarse con los suyos, a los largos soliloquios de identidades políticas profundamente fragmentadas. Las "imágenes emocionales" canalizaron por un corto periodo la voluntad política de miles, pero resultaron insuficientes para configurar consensos y darle forma a los antagonismos,[1] antagonistas volvieron a ser enemigos irreconciliables, aún frente a la evidencia de que la amplia franja "de este lado" del poder, experimentaba problemas afines.

Dos cuestiones me parecen relevantes aquí, la dimensión de la visibilidad sobre la que quisiera volver desde otra perspectiva y lo que he llamado el triunfo de la vida cotidiana sobre el movimiento.

1. En primer término, la visibilidad se ha convertido no sólo en uno de los debates fundamentales para los movimientos sociales contemporáneos, sino además en un problema clave para el sostenimiento de identidades, proyectos y conflictos en el ámbito de lo que ha dado en llamarse "opinión pública", a la que suele reducirse a la anónima y generalmente inasible percepción ciudadana de los acontecimientos locales, nacionales o internacionales. La opinión pública es ese fantasma que pretenden atrapar las encuestas, es ese o esa ciudadana que habita en la imaginación de los políticos afanados en la captura de voluntades electorales, es esa fuerza que se intuye importante para el impulso de ciertos temas en el espacio público y, sobre todo, es esa optimista valoración de la memoria y de la capacidad de hacer de las sociedades.

Nos guste o no, hoy la sobrevivencia de cualquier movimiento social pasa por su capacidad de mantenerse en el debate, en ese espacio público que como ya sabemos ha sustituido el encuentro cara a cara, la reunión en la plaza, por esa compleja red de portavoces "autorizados" en que se han convertido los nuevos medios de comunicación. Llevada al extremo, esta formulación señalaría que "lo que no existe en la tele, no sucede". La memoria ciudadana o mejor, la memoria de los espectadores, está directamente articulada al repaso que los historiadores del presente realizan cotidianamente desde sus trincheras mediáticas. El olvido y el silencio tienen una relación directamente proporcional con la falta de reiteración de temas, actores, territorios y problemas en los medios.

Bajo esta lógica la visibilidad no es un asunto menor, es y será una cuestión crucial. Muchas críticas pueden planteársele a esta lógica que parece estar trastocando las formas tradicionales de hacer política; sin embargo, en la misma medida en que resulta necesario hacer su crítica, resulta fundamental

no ignorarla, en tanto distintas evidencias señalan que a mayor visibilización menor vulnerabilidad o mejores posibilidades de impulsar en una cierta dirección un acontecimiento. De ahí que los diversos poderes inviertan tanta energía en oscurecer o invisibilizar un movimiento, un problema, un proceso.

La rutina de los medios, en su inclemente y estratégica búsqueda de la "nota caliente", tiende a abandonar aquellos acontecimientos que se hacen "viejos" y a reinventar el mundo cada día en una persecución itinerante de lo más novedoso, lo más original, la nota única, lo más asombroso, la exclusiva.

En la Latinoamérica sacudida por bajo los vientos neoliberales, muchos de los movimientos sociales están organizados en torno a problemas "tan poco novedosos" como la pobreza, la exclusión, la desigualdad, la injusticia y, deben, en lo general, aportar unos cuantos muertos, una creativa forma de protesta o manifestación, una acusación de proporciones apocalípticas contra instituciones o personas para que su historia adquiera el estatuto de "noticiable" y por lo tanto su problema se vuelva visible en el espacio público. Los movimientos se ven así obligados a incorporar la lógica o estrategia de la dramatización del conflicto para unos "espectadores" cada vez más exigentes que demandan originalidad y emoción en el contexto de una escena pública turbulenta.

La foto de la policía embistiendo a macanazos sobre ciudadanos inermes sorprende ya poco; el plantón de unos maestros en busca de hacer visible su protesta por mejores salarios, no resulta tan conmovedora como la falsa crónica de la sargento... que moviliza los sentimientos heroicos; la situación de sobreexplotación de los jornaleros indígenas que, convertidos en nómadas, se ven sometidos a nuevas formas de esclavismo en pos de las cosechas que los vuelvan momentáneamente "viables", son acontecimientos que envejecen de aburrimiento, de falta de originalidad, del ingrediente de asombro demandado por esa opinión pública, curtida a fuerza de tantos muertos, tanta sangre, tanto dolor.

En la escenificación del drama cotidiano, en la lucha por la visibilidad, por los "quince minutos" de presencia en los medios, se desdibuja el proyecto y muchos de los movimientos sociales terminan siendo rehenes de su propia fotografía, de su propia existencia efímera, en una competencia feroz por mantener la atención de unos ojos anónimos que apenas se intuyen.

Si la tendencia se mantiene y hay razones de peso para pensar que así será, desde una visión pesimista del futuro, asistiremos cada vez más a la búsqueda de la espectacularización del drama político. Por ejemplo, ¿con qué autoridad moral recriminar las estrategias que de manera consciente o no, muchos movimientos están utilizando para llamar la atención sobre el drama contemporáneo? ¿Por qué la culpabilización, si en fin de cuentas, ningún movimiento surge al margen de la sociedad que lo produce?

La pregunta es si inevitablemente el costo de la visibilización será el de la espectacularización creciente.

2. Que algunos símbolos "son asombrosamente expansivos" (Vich 2004), es indudable. Sabemos que el lugar del símbolo en la protesta y en la articulación de rebeldías es fundamental, que no se trata de un lenguaje residual o de una "gramática" que se sobreimpone al texto "serio" de la política. Sin embargo, resulta fundamental, analíticamente hablando, preguntarse por la potencia del símbolo o, mejor, del símbolo concreto, para penetrar la estructura y transformarla.

Y ello pasa por la capacidad del símbolo de hablar o hacer hablar el lenguaje de la vida cotidiana. Planteado en otros términos, el papel del símbolo de la protesta o de la acción política es el de operar como un puente entre el tiempo extraordinario de la protesta y el tiempo ordinario de la vida cotidiana. Dos lenguajes y lógicas que pueden no obstante encontrar solución de continuidad en la producción de lenguajes simbólicos que sin anular las diferencias de ambos

tiempos y ambas territorialidades, logren mostrar la imbricación profunda entre lo privado y lo público.

La energía producida por las escenificaciones en el espacio público; la emoción de la muchedumbre; la posibilidad de tocar a los otros en su diferencia y aún así, encontrar un espacio para el acuerdo: la borrachera que produce someter al poder por la ironía; la fuerza del número o la imaginación, no resultan suficientes para alimentar el orden altamente codificado pero poco visible de la dinámica cotidiana.

La emoción narcisista que experimenta el movimiento en el tiempo-espacio de lo extraordinario, tiende a prolongar, lo que Habermas (1990) llamará "acción dramatúrgica" y a posponer no sólo el momento estratégico sino además a "olvidar" una vida cotidiana demasiado plana y carente de lustre.[2]

Hay una tendencia a prolongar el momento de la "fiesta", de la euforia o, dicho en otras palabras, el movimiento en su fase de enamoramiento colectivo, elude la evaluación clara y legible de sus probabilidades para insertarse en el orden "institucionalizado" de lo sistémico y de lo cotidiano.

En el afán de ser clara e intelectualmente honesta, coloco aquí una de las preguntas que me ha desvelado en mi quehacer intelectual desde hace varios años: la de las condiciones que hacen posible pasar de las identificaciones colectivas a las identidades políticas o, expresado en otros términos, qué es lo que se pierde en el paso del movimiento a la institución.

Las "nuevas" formas de protesta en Argentina como el "piquete", han concitado la atención de numerosos analistas locales y foráneos. Se trata sin duda de expresiones colectivas que resulta imposible entender al margen del endurecimiento neoliberal y de las políticas de exclusión que trae aparejada la globalización económica [...]. Lo que me interesa del "caso piquetero" es traer el análisis que realiza Da Silva (2004), cuando dice que el piquete es un lugar de pertenencias «donde se construyen valores símbolos, consignas, estéticas, jerarquías, una cultura y un estilo "de ser", es importante ver y analizar qué pasa cuando estos grupos de individuos, jóvenes y viejos, mujeres y hombres transportan sus banderas y cuerpos a espacios que "son de otros", a marchas donde irrumpen con sus símbolos desestabilizando los ya consagrados».

Sin duda, la irrupción piquetera en un espacio público copado por otras formas de protesta corporativizada, regulada por filiaciones partidistas, sumamente complejas en sus dimensiones ideológicas, es un analizador clave para la Argentina contemporánea y la América Latina empobrecida al extremo; me parece que la autora da en el blanco al preguntarse por la desestabilización de ciertas formas consagradas que producen los piqueteros con su mera presencia en el medio de esas formas "serias", reguladas, históricas, teorizadas.

Con Da Silva, yo quisiera añadir otra pregunta a su pregunta: qué pasa cuando estos grupos que han construido espacios de pertenencias, estéticas y modos de ser, regresan a la evidencia cotidiana del barrio, de la casa, de sus relaciones interpersonales, qué pasa cuando no son piqueteros,[3] sino sólo "pobres", "desempleados", sujetos angustiados por la incertidumbre del presente y la ausencia de futuro; qué sucede cuándo no está a la mano la fuerza del colectivo que imprime sentido a las propias acciones.

En qué medida y hasta dónde la "cultura piquetera", la "cultura zapatista" o "la cultura antiglobalización" es capaz de desestabilizar no sólo los símbolos consagrados sino además las estructuras de la vida cotidiana y hacer posible desde ahí una subjetividad distinta.

Notas

1 Señala Chantal Mouffe (1999) que en las democracias lo sustantivo es que el enemigo se convierta en antagonista.

2 Habermas propone en su teoría, la existencia de cuatro modos de acción colectiva: la acción normativa (con arre-

glo a normas), la estratégica (con arreglo a fines), la dramatúrgica (ordenada por las dimensiones preformativas del movimiento) y la comunicativa.

3 El "plumón verde" dirá que un zapatista es siempre un zapatista y, extrapolando, que un piquetero es un piquetero siempre. Me permito introducir el principio de la sospecha y guardar mi distancia reflexiva frente a un imposible: el sujeto es un esposo, un hijo, un estudiante, un trabajador en paro; desde luego que se puede ser un esposo piquetero, un hijo zapatista, un trabajador en paro piquetero, una cocinera zapatista, pero el tema no está en el "predicado" sino en las "lógicas" en las que se despliegan las identidades.

Bibliografía citada

Da Silva Catela, Ludmila (2004). "Nos vemos en el piquete... Protestas, violencia y memoria en el NOA" en Grimson, Alejandro (comp.) La cultura en las crisis latinoamericanas. Buenos Aires, CLACSO.

Grimson, Alejandro (comp.) (2004). *La cultura en las crisis latinoamericanas.* Buenos Aires, CLACSO.

Habermas, Jürgen (1990). *Teoría de la acción comunicativa.* Buenos Aires, Taurus.

Mouffe, Chantal (1999). *El retorno de lo político.* Barcelona, Paidós.

Reguillo, R. (2000). "El espejo cóncavo: movimientos sociales y comunicación" en Reguillo, R. "En América Latina, los jóvenes están viviendo en guetos" *Clarín*, 8 de octubre. Buenos Aires.

Vich, Víctor (2004). "Desobediencia simbólica. Performance y política al final de la dictadura fujimorista" en Grimson, Alejandro (comp.) *La cultura en las crisis latinoamericanas.* Buenos Aires, CLACSO.

Reguillo, Rossana (2004). "Subjetividad, crisis y vida cotidiana. Re-pensar el poder desde la cultura" en Grimson, Alejandro (comp.) *La cultura en las crisis latinoamericanas.* Buenos Aires, CLACSO. Reproducción autorizada por la autora.

¿De regreso a las trincheras? Llamado urgente para revitalizar la comunicación para la prevención del VIH/SIDA

Thomas Tufte

Como lo afirmó la Declaración de Compromiso UNGASS, la prevención debe ser el eje principal de la respuesta a la epidemia, ya que sólo mediante la prevención de nuevas infecciones se puede poner a la epidemia bajo control. La largamente esperada tendencia a expandir el tratamiento —impulsada por la iniciativa de la OMS de proveer de antirretrovirales a 3 millones de personas en el 2005 ("3 por 5")— y por un gran flujo de fondos, ha movilizado a los activistas, los gobiernos nacionales y al sistema de las Naciones Unidas, y ahora domina la agenda del SIDA a todos los niveles. En adelante, cada esfuerzo debe estar orientado a infundirle el mismo sentido de urgencia y el mismo entusiasmo a alcanzar metas ambiciosas en prevención. A menos que la prevención siga siendo una prioridad fundamental de los líderes, los donantes y de quienes combaten la epidemia en el campo, decenas de millones más se infectarán y la necesidad de tratamiento crecerá inexorablemente. Como se reconoce ahora, el tratamiento puede contribuir a la prevención de manera importante, pero el tratamiento solo no podrá poner la epidemia bajo control (UN 2005).

Cambiar la agenda VIH/SIDA

Como afirma la Fuerza de Tarea de las Naciones Unidas, el tratamiento domina la agenda del SIDA en todos los niveles. Aunque este hecho es crucial en muchos sentidos —incentiva a las personas a conocer su estado, cataliza las acciones contra la estigmatización y crea un foco para el activismo político relacionado con el VIH/SIDA— la Fuerza de Tarea argumenta que el péndulo se ha ido al otro extremo y la prevención ha dejado de ser prioritaria para líderes, donantes y quienes combaten el VIH/SIDA en el campo. Parece que hubiéramos regresado a las trincheras de los 1990, haciendo de lado los avances hacia un enfoque más integral del VIH/SIDA: el bando de la prevención contra el bando del tratamiento... ¿Será acaso que la verdadera pregunta debería ser si la prevención cumple un papel por sí sola?

¿Por qué esta remedicalización de la agenda del VIH/SIDA, tanto a nivel de líderes políticos y grandes donantes, como de las organizaciones internacionales clave? En muchas comunidades donde la epidemia es severa han surgido iniciativas de prevención, cuidado y apoyo, pero existen dificultades para financiarlas y los líderes políticos están concentrados en otras cosas. De ahí la importancia del llamado urgente del Proyecto Milenio de la ONU para que la prevención sea reforzada y puesta de nuevo en la agenda política. Dicho llamado no sólo es pertinente para que los esfuerzos de prevención recobren su papel central en países con altos índices de VIH/SIDA, sino para garantizar que no se repitan los errores cometidos en Europa Oriental, Asia y el Caribe, donde la epidemia muestra un rápido crecimiento.

Este urgente llamado es un reto para nosotros, los practicantes y teóricos de la comunicación, involucrados en actividades de prevención del VIH/SIDA. Plantea preguntas como: ¿por qué no está la prevención en la agenda? ¿exponemos nuestros argumentos con suficiente claridad? ¿podemos mostrar buenos resultados? Desde la perspectiva de los comunicadores del VIH/SIDA, ¿qué es lo que no está funcionando? Es un hecho que se han logrado avances. Cuando se reunió la Mesa Redonda de las Naciones Unidas para Comunicación sobre Desarrollo en 2001, centrada en comunicación sobre VIH/SIDA, todos los presentes —miembros de la Naciones Unidas, ONG y CBO y algunos académicos— estuvimos de acuerdo en que se habían logrado los siguientes avances: «Los comunicadores de VIH/SIDA han tenido éxito aumentando la conciencia acerca del VIH/SIDA; incrementando el conocimiento sobre cómo se contrae el VIH/SIDA; incorporando el VIH/SIDA al contexto de los derechos humanos; aumentando los conocimientos y la demanda de servicios efectivos; y, movilizando el apoyo político para los planes nacionales sobre el VIH/SIDA». Sin embargo, en la misma declaración se identifican una serie de limitaciones y problemas: muchas estrategias de comunicación: (1) tratan a las personas como objetos de cambio más que como agentes de su propio cambio; (2) se concentran exclusivamente en unos pocos comportamientos individuales, sin tener en cuenta las normas sociales, las políticas, la cultura y los ambientes de apoyo; (3) difunden información técnica en vez de introducir con sensibilidad información correcta en diálogos y debates; (4) tratan de persuadir a las personas para que hagan algo, en lugar de asociarse con ellas para encontrar la mejor forma de avanzar.

En los últimos años, se han venido aceptando aproximaciones combinadas de comunicación, es decir, estrategias difusionistas basadas en las ciencias del comportamiento y en el mercadeo social, mezcladas con estrategias enfocadas hacia el empoderamiento, la participación y el cambio social. A pesar de estos enfoques, la comunicación sobre VIH/SIDA dirigida a la prevención está desapareciendo, en parte por la falta de estrategias de comunicación exitosas y en parte por la incapacidad de aprender de principios y prácticas de comunicación exitosas. Más que un regreso a las trincheras de los años 1990, el reto hoy es revaluar las ciencias de la comunicación, los modelos de comunicación y la práctica de la comunicación.

Una de las fallas significativas en este campo es el hecho de que las campañas sobre VIH/SIDA no logran la participación de sus audiencias, ni en la definición del problema, ni en las acciones para resolverlo. Los resultados de las investigaciones sugieren que la comunicación en salud no tiene presentes las necesidades, intereses, competencias y potenciales capacidades de actuar de las audiencias. La estrategia freireana de "toma de conciencia" responde precisamente a este problema: involucra a las personas en procesos participativos de reflexión y acción, e identifica a través de ellas, los problemas de sus sociedades para buscarles solución (Freire 1968). Volviendo a los problemas identificados en la Mesa Redonda de 2001, y siguiendo la estrategia freireana, yo haría tres sugerencias para mejorar las estrategias de comunicación sobre VIH/SIDA:

1. Prestarle más atención a las audiencias. Esto incluye considerar que están formadas por ciudadanos activos, con identidad cultural; las audiencias deben ser parte del desarrollo e implementación de las estrategias que las afectan a ellas y a sus comunidades. Es asimismo necesario analizar en profundidad los procesos de creación de sentido al monitorear y evaluar intervenciones de comunicación.
2. Incorporar la identidad cultural. Esto implica un mayor reconocimiento de la cultura popular como recurso y aliado en el desarrollo de estrategias de comunicación. La incorporación de géneros culturales populares a las estrategias de comunicación —llámese teatro, música o narradores de cuentos— es un primer paso hacia la creación de un sentimiento de pertenencia cultural y, por lo tanto, hacia la acción y el compromiso (Tufte 2000).
3. Reconocer los contextos y los ambientes de la comunicación. Este es un llamado a que se analicen más profundamente los ambientes donde se desarrolla la comunicación sobre VIH/SIDA. Este análisis permitirá evaluar de manera más realista el verdadero alcance de una intervención específica en comunicación. Hay una tendencia muy fuerte a destacar el impacto de intervenciones puntuales, en vez de comprender los contextos más amplios, los múltiples mediadores y las complejas sinergias que la comunicación social fomenta. Reconocer los contextos y los ambientes de comunicación llevará a diseñar intervenciones más totalizadoras y complejas.

Desconexiones de la comunicación: retos para la comunicación

Siguiendo los tres principios arriba enunciados, quisiera terminar este comentario refiriéndome a tres retos clave que he identificado en mis propias investigaciones durante los últimos años. En el desarrollo de dichas investigaciones, centradas sobre todo en la evaluación de prácticas de comunicación sobre VIH/SIDA en el África Subsahariana, pero también en algunas experiencias en Centro América y Europa Oriental, he identificado tres importantes "desconexiones de la comunicación". Es decir, aspectos o temas donde las prácticas de comunicación sobre VIH/SIDA se desconectan o alejan del mundo y la vida real de la gente:

- **Derecho a la comunicación, la representación y la esfera pública**

  Desconexión: *existe una gran discrepancia entre la magnitud de los problemas relacionados con el VIH/SIDA, por un lado, y el profundo silencio de las comunidades afectadas, por el otro. El estigma asociado al VIH/SIDA es la principal causa de esta "desconexión". El resultado es la invisibilidad de las personas que viven con VIH/SIDA y la ausencia de su voz en la esfera pública. Las personas que viven con VIH/SIDA tienen el derecho natural -y la necesidad- de hablar acerca de sus experiencias. Pero no están presentes.*

  El primer reto para la comunicación es entonces abordar el derecho a la comunicación, especialmente para asegurarle voz y visibilidad a quienes viven con VIH/SIDA. Darles voz y visibilidad a quienes sufren las consecuencias directas de la afección cumple dos funciones:
  - En primer término, permite a quienes viven con VIH/SIDA hablar de sus preocupaciones. Tener voz y ver cómo la audiencia responde a los mensajes, fomenta el empoderamiento y aumenta la motivación y el compromiso.
  - En segundo lugar, permite que las personas y comunidades que viven con VIH/SIDA reconozcan su situación y entiendan la importancia de hablar; de hablar tanto, que los capacite para dialogar con otros acerca de sus problemas.

  Dados el estigma y el silencio que rodean al VIH/SIDA, lo más importante aquí es la conquista de un espacio en la esfera pública y la creación de un "ambiente para el diálogo", en el cual se pueda reconocer abiertamente que se padece VIH/SIDA y hablar sobre ello.

- **Cultura popular e identidad cultural**

  Desconexión: *hay una ruptura entre el contenido de la comunicación mediada y el lenguaje mediático utilizado (incluidos género, estética, formato y lenguaje), por un lado, y el mundo y las experiencias en que se desenvuelve la audiencia, por el otro.*

  El segundo reto para la comunicación es entonces dejar de preocuparse sólo por los mensajes y la información, y comenzar a preocuparse por comunicar lecciones, situaciones y acciones enraizadas en la cultura popular y las realidades sociales. Esto supone pasar de estrategias de persuasión orientadas al individuo a estrategias sociales de comunicación orientadas hacia el individuo y la colectividad. Tratar de que la comunicación sea relevante para la audiencia y que ésta reconozca en la comunicación lecciones y situaciones implica entender el cambio como un proceso. Los sociodramas, por ejemplo, como expresión de la cultura popular, constituyen un espacio para que diferentes grupos sociales encuentren reconocimiento y se sientan reconocidos, contribuyendo así a la articulación de su identidad cultural. Esto puede ser útil en la comunicación sobre VIH/SIDA, pero también como estrategia para encarar muchos otros problemas.

- **Luchas de poder y procesos de cambio**

  Desconexión: *la inmensa contradicción entre las soluciones propuestas en campañas y la necesidad de soluciones que vayan mucho más allá.*

  El reto final es, pues, enfrentar las desiguales relaciones de poder en la sociedad. Éste es el más importante y el más difícil de los retos. Esta desigualdad de poderes es una condición subyacente, que muy rara vez se hace explícita en las intervenciones de comunicación sobre VIH/SIDA. Sin embargo, las variaciones en esas desigualdades sociales y económicas son cruciales para llegar al fondo de los problemas del subdesarrollo y del VIH/SIDA. A menudo se argumenta que esta situación trasciende las posibilidades de las intervenciones en comunicación sobre VIH/SIDA; yo argumentaría, más bien, que los problemas se definen de forma muy estrecha.

Revitalizar la prevención ahora

La mayor dificultad en la comunicación sobre VIH/SIDA es que se relaciona con el amor, la sexualidad y las relaciones, los temas más íntimos en nuestra esfera privada y, al mismo tiempo, los más críticos en esta pandemia. En muchos lugares es tabú hablar de sexualidad y el amor es a menudo mirado como un tema estrictamente privado. Hablar sobre las relaciones depende también del contexto cultural. Quienes trabajamos en comunicación sobre VIH/SIDA hemos fallado al hablar sobre VIH/SIDA y, especialmente, sobre sexualidad en con-

Cultura popular, narrativa e identidad

textos como éstos. Como dice el recientemente publicado Informe de la Comisión Africana: «El SIDA no será contenido hasta que quienes lo combaten tomen en cuenta factores culturales como pobreza y preferencias, tradiciones y creencias, percepciones sobre la vida y la muerte, brujería y castigo ancestral, jerarquías de poder y normas de genero, tabúes sociales, ritos de paso, control de la sexualidad femenina, demandas a la virilidad masculina y la presión para que las viudas se casen con parientes cercanos de su marido recién muerto de SIDA».

La comunicación exitosa articula la identificación, el reconocimiento y la acción. Tiene que ver con el establecimiento de relaciones de confianza, precisamente en esta época de inseguridad, de guerras contra el terrorismo y de transformaciones de la sociedad, que resultan en lo que el antropólogo indio Arjun Appadurai (1996) llama «un nuevo orden de inestabilidad en la producción de subjetividades modernas». La comunicación exitosa crea confianza, promueve sentimientos de seguridad y pertenencia, y lleva a la reflexión y a la acción. No sorprende que bodas reales como las que vimos el año pasado en Dinamarca y España se conviertan en los mayores eventos en la historia de la televisión, no solamente aquí, en mi país, Dinamarca. Son historias de amor perfectamente orquestadas, que articulan una fuerte sensación de unidad, pertenencia y movilización social.

La comunicación sobre VIH/SIDA, aunque es comunicación acerca del amor y del romance, tiene otro objetivo. Se trata de mejorar procesos de desarrollo sostenibles y de enfrentar los problemas que le permiten al VIH/SIDA continuar expandiéndose. En esta presentación he descrito algunos de sus retos; el objetivo debe ser superar las desconexiones de la comunicación. Solamente cuestionando nuestra ciencia y nuestra actual práctica de la comunicación podemos abogar ante líderes, donantes y organizaciones internacionales por la necesidad de revitalizar la prevención del VIH/SIDA.

Bibliografía citada

Appadurai, Arjun (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalisation*. London and Minnesota, University of Minnesota Press.

Freire, Paulo (1968). *Pedagogy of the Oppressed*. Nueva York, Seabury Press.

Tufte, Thomas (2000). *Living with the Rubbish Queen. Telenovelas, Culture and Modernity in Brazil*. Luton, University of Luton Press.

UN (2005). *UN Millennium Project*. Working Group on HIV/AIDS.

Tufte, Thomas (2005). "Back in the Trenches? Urgent Call to Reinvigorate HIV/AIDS Communication for Prevention" en *Communication Initiative*, Nº 297. Reproducción autorizada por el autor.

El edu-entretenimiento en la comunicación para el desarrollo. Entre el *marketing* y el empoderamiento

Thomas Tufte

El uso del edu-entretenimiento como una estrategia de comunicación en el trabajo vinculado con el desarrollo ha crecido significativamente durante la última década (Singhal y Rogers 2004, 1999; Sabido y otros 2003; Tufte 2001; Baumann 1999). Durante décadas, ha podido observarse en el tratamiento de cuestiones relacionadas con la salud como la presión sanguínea, el consumo de cigarrillos, la promoción de la vacunación y el planeamiento familiar. También se lo ha utilizado durante los últimos 15 años en la prevención del VIH/SIDA. El edu-entretenimiento es también una estrategia de comunicación que se está aplicando crecientemente en sectores tales como el ambiente, el desarrollo rural, la resolución de conflictos y la promoción de la paz (Skeie 2004). En el nivel estratégico, los objetivos varían: desde promover el cambio de comportamiento a nivel individual a apoyar el cambio social; desde acentuar la movilización social a articular la participación de la gente y empoderar a minorías o grupos marginados para la acción colectiva. El punto principal aquí es que el edu-entretenimiento está siendo utilizado cada vez más como una herramienta estratégica aplicada a una diversidad de agendas que van variando.

El propósito de este texto es doble. En primer lugar, proporcionar una introducción a la historia y la evolución del uso del edu-entretenimiento en la comunicación para el desarrollo, desde las tempranas experiencias de las décadas de 1950 y 1960 hasta la abundancia de casos que se observan en la actualidad. En segundo lugar, ensayar una categorización de sus diferentes enfoques, sugiriendo tres generaciones de comunicación mediante el edu-entretenimiento: desde las estrategias de *marketing* social que marcaron a las experiencias tempranas y siguen existiendo como un enfoque ampliamente generalizado, pasando por las estrategias más interdisciplinarias que vinculan difusión y *marketing* con cierto grado de participación, hasta la tercera generación, de enfoque transdisciplinario. Esta tercera categoría está explícitamente orientada a la identificación de los problemas sociales, las desigualdades en términos de poder y sus causas fundamentales, a menudo enriqueciendo la acción colectiva y promoviendo el cambio estructural.

La práctica de la comunicación mediante el edu-entretenimiento que observamos hoy es una estrategia negociada, con fundamentos epistemológicos proporcionados por académicos y estrategas que se basan en diferentes escuelas de pensamiento; tradiciones culturales de narrativa que varían; una amplia esfera de tradiciones organizacionales, trayectorias, prioridades y restricciones; agendas políticas; infraestructuras de medios variables; y, por último, con una caja de herramientas de comunicación *ad hoc* cumpliendo también un papel crucial en la determinación del resultado final de estrategias desarrolladas *de facto*. En el acto de proporcionar una breve historia del desarrollo del edu-entretenimiento y esbozar las tres generaciones centrales en términos de su práctica, algunas de estas sinergias y características se harán presentes.

Atraviesa este artículo el propósito de deconstruir cómo y cuándo logró trascender las tradicionales dicotomías encontradas al interior tanto de la teoría del desarrollo como de la teoría comunicacio-

nal: pensamiento binario que argumenta en pos de la difusión de innovaciones *o* de la estrategia participativa, las estrategias de la modernización *o* la estrategia de la dependencia, de arriba hacia abajo verticalmente *o* de abajo hacia arriba desde las bases, etcétera. De este modo, además de proporcionar una categorización de las diferentes estrategias de edu-entretenimiento existentes, el propósito es también brindar cierto grado de sustancia que permita desarrollar conceptualmente una línea más crítica de edu-entretenimiento: la tercera generación.

Un elemento central de disputa ha sido la naturaleza del impacto del edu-entretenimiento. Los académicos críticos han cuestionado recurrentemente sus posibilidades y limitaciones. Los propósitos epistemológicos, fundamentos teóricos, y metodologías de trabajo existentes en la práctica han sido discutidos. Nancy Morris (2003) indica que popularidad no es igual a eficacia. John Sherry (1997), en su revisión de 20 telenovelas que constituyen casos de edu-entretenimiento, afirma que «la investigación mejor diseñada, utilizando poderosos controles estadísticos, sugiere que no hay efectos significativos sobre el conocimiento, las actitudes o el comportamiento que puedan atribuirse a las novelas». Lettenmaier y otros (1993) indican que les resulta difícil separar los efectos del drama radial de otros factores. Por ende, ciertas aclaraciones se tornan necesarias para comprender las posibilidades y limitaciones de los tres diferentes enfoques del edu-entretenimiento. Por ejemplo:

- ¿Qué propósitos y objetivos orientan las estrategias de edu-entretenimiento?
- ¿En qué niveles de la sociedad se busca intervenir?
- ¿Qué noción de cambio anima a la estrategia?
- ¿Qué resultados buscan las estrategias de edu-entretenimiento?
- ¿Cómo operan las estrategias de edu-entretenimiento respecto del género y de las narrativas mismas?
- ¿Quién participa en el desarrollo del contenido de la estrategia y de la narrativa?
- ¿Cuál es la línea de tiempo en una estrategia del edu-entretenimiento?
- ¿Cómo se evalúa el impacto?

En la práctica actual del edu-entretenimiento existe abundancia y diversidad. Asimismo, un número creciente de trabajos recientes contribuyen a fomentar el pensamiento en torno al edu-entretenimiento (Bauman 1999, Fuenzalida 2005, Gao 2005, McKee y otros 2004, Parker 2005, Skeie 2005, Singhal y Rogers 2004, Storey 1999). En su conjunto, esto contribuye a la gradual ampliación de las bases epistemológicas, teóricas y metodológicas. Se trata de una amplitud que puede dar sustento al argumento de que el edu-entretenimiento no es simplemente una estrategia uniforme de comunicación (el *marketing* social tal como fuera concebido en los días del joven Popeye, en la década de 1930). Es mucho más. Mi sugerencia para una definición del edu-entretenimiento en sentido amplio es la siguiente:

> El edu-entretenimiento es el uso del entretenimiento como una práctica comunicacional específica, trabajada para comunicar estratégicamente respecto de cuestiones del desarrollo, en una forma y con un propósito que pueden ir desde el *marketing* social de comportamientos individuales en su definición más limitada, a la articulación de agendas en pos del cambio social, liderado por los ciudadanos y de efecto liberador.

De las telenovelas mexicanas a las series de tv sudafricanas

Si hacemos una breve retrospectiva de la historia y el desarrollo del edu-entretenimiento como un subcampo de estudio al interior de la comunicación para el desarrollo, la primera característica a destacarse es que, en muchos sentidos, ha seguido las tendencias teóricas y metodológicas clave de la comunicación para el desarrollo en general. Ello se refleja en las tres generaciones de edu-entretenimiento entre las cuales he de trazar una distinción en este artículo.

Uno de los primeros ejemplos modernos de edu-entretenimiento es *The Archers* (Los Archers), un drama radial en serie producido por la BBC y emitido en Inglaterra a principios de la década de 1950 que aún se encuentra al aire. Desde 1951 ha transmitido información importante a los agricultores en Inglaterra, y a mediados de los 1950 era escuchada por dos de cada tres ingleses adultos (Fraser y Restrepo-Estrada 1998). Sin embargo, a partir de 1972 abandonó su deliberada perspectiva educacional y se volvió "sólo" una telenovela radial común y corriente. Sin embargo, fue también en la década de 1970 que el edu-entretenimiento empezó a ganar un fundamento teórico algo más elaborado. El *marketing* social es uno de los orígenes clave de las estrategias de edu-entretenimiento en la actualidad y aún se encuentra en el centro de muchas intervenciones comunicacionales de la primera generación de edu-entretenimiento. Su uso se desarrolló en los 1970 y rápidamente se vinculó con la música, el drama y la narración de cuentos. El entretenimiento estaba especialmente ligado a las estrategias basadas en los medios masivos, especialmente la televisión y la radio. Fue también en esa década que algunas de las teorías clave se desarrollaron, incluyendo la del aprendizaje social de Albert Bandura (1977).

Uno de los pioneros en el uso de la ficción televisiva para el cambio de comportamiento pro social fue el mexicano Miguel Sabido. Entre 1975 y 1985, Sabido produjo un total de siete telenovelas que incorporaban mensajes sociales en sus tramas. Las telenovelas fueron emitidas por la más grande red televisiva de México, *Televisa*, y constituyeron enormes éxitos de audiencia. En países tales como India, Kenya, Tanzania y Brasil, el uso de la televisión y la radio, y el uso explícito de géneros ficcionales, evolucionaron gradualmente y se tornaron piedras fundamentales en el continuo desarrollo de estrategias de comunicación en el ámbito del edu-entretenimiento (Singhal y Rogers 1999, Sherry 1998, Japhet 1999, Tufte 2000).

Primera generación de edu-entretenimiento – *Marketeando* el comportamiento

Varias cuestiones caracterizaron el uso creciente de las telenovelas en la comunicación estratégica a partir de la evolución de las estrategias de edu-entretenimiento. En primer lugar, a partir del trabajo de Miguel Sabido, se desarrolló *un tipo particular del género*, en el cual la educación y el cambio de comportamiento vía los medios experimentaron un crecimiento simultáneamente como preocupación y como objetivo. En forma creciente se les atribuyó a las telenovelas, que tradicionalmente habían sido concebidas como entretenimiento, un potencial educacional como herramienta tanto para la diseminación de información como para generar conciencia y cambios de comportamiento. El *marketing* social, como primera generación de edu-entretenimiento, se ocupó de los comportamientos sociales (en la mayoría de los casos vinculados con la salud) entre los individuos que miraban los programas. Las intervenciones comunicacionales en el ámbito del edu-entretenimiento han diversificado su esfera de acción y propósito, cambiando también por ende el contenido del género. Allí donde muchos de los dramas radiales y televisivos han trabajado sistemáticamente para explorar las mejores y más acertadas maneras de transmitir mensajes y promover el cambio de comportamiento a nivel individual, iniciativas más recientes —reflejadas en la segunda y tercera generación de intervenciones de edu-entretenimiento— se han orientado más fuertemente a comunicar desigualdades estructurales, representando —y trabajando con— relaciones de poder y conflicto social en la vida cotidiana de los personajes y estimulando mediante la representación de tales problemas el debate y la acción colectiva. La característica distintiva clave yace en las definiciones del problema a tratar, que varían. Las estrategias de *marketing* social definen al problema clave como una carencia de información, mientras que la segunda y la tercera generación lo plantean como una cuestión social, ya sea por ejemplo la desigualdad estructural, o las relaciones de poder desiguales.

Cultura popular, narrativa e identidad

Segunda generación de edu-entretenimiento – Tendiendo puentes entre los paradigmas

La segunda generación de edu-entretenimiento se caracterizó por introducir nuevas perspectivas teóricas y metodológicas en la primera generación. A mediados y fines de la década 1990 hubo un reconocimiento de que el *marketing* del comportamiento individual a menudo constituía una limitación de la esfera de acción, enfocado únicamente a garantizar mejoras sostenibles en el área del problema identificado, se tratara de la salud —el caso más frecuente—, la educación, el desarrollo rural, u otros. A partir de un reconocimiento creciente de la complejidad de los problemas sociales, de salud y de otras cuestiones relativas al desarrollo, se tornó necesario ampliar la base conceptual más allá del enfoque exclusivamente en el cambio de comportamiento individual. Ello resultó ante todo en la introducción de enfoques participativos en muchas estrategias comunicacionales de edu-entretenimiento, si bien en forma instrumental.

Mientras que desde su concepción el edu-entretenimiento ha mantenido su atención centrada en el cambio de comportamiento a nivel individual, las agendas del cambio social empezaron a emerger en los 1990 como un objetivo clave. Junto con lo individual como unidad de cambio, se volcó creciente atención hacia los elementos estructurales como puntos focales igualmente importantes. Hubo una reorientación hacia la sociedad como unidad de cambio. La teoría social crítica fue crecientemente incorporada a los debates teóricos acerca del edu-entretenimiento, desafiando a las nociones más conductistas de comunicación, del tipo causa-y-efecto. Es aquí que tanto la comunicación participativa como la más reciente teoría de la recepción se han tornado relevantes, sugiriendo entendimientos más atentos a los matices y la complejidad del proceso de interpretación, construcción de sentido y cambio.

Esta segunda generación provenía de las raíces históricas del edu-entretenimiento, sin descartar por ende al *marketing* social como estrategia o a la teoría del aprendizaje social como fundamento. Buscaba, sin embargo, ir más allá de esta práctica, originada en un paradigma difusionista de desarrollo orientado a la modernización, con elementos del paradigma del desarrollo participativo.

Es sólo en los últimos años que una crítica más fundamental del edu-entretenimiento ha derivado en lo que en este artículo denomino una tercera generación, representada no sólo por un cambio radical en la definición de los problemas a tratarse, sino también por una comprensión diferente de las nociones de entretenimiento, cultura, educación y cambio. Mientras que la segunda generación de edu-entretenimiento marca un avance más interdisciplinario e inclusivo respecto de las estrategias de la primera generación, hay ahora una creciente expresión de las críticas, marcando la emergencia de una manera fundamentalmente diferente de encarar el edu-entretenimiento como práctica comunicacional. Se trata de un enfoque en línea con las críticas poscoloniales de los paradigmas dominantes del desarrollo.

Sin embargo, antes de adentrarnos en la tercera generación deberíamos destacar una innovación clave en la segunda generación de prácticas de comunicación en el ámbito del edu-entretenimiento. Me refiero a la ONG sudafricana *Soul City*, que se ha comprometido de manera creciente con estrategias multimetodológicas, combinando varios tipos de medios y promoviendo asociaciones con la sociedad civil y el activismo de base, así como con instituciones educativas formales.

Soul City – Una estrategia de comunicación cíclica

Los pioneros del proyecto *Soul City* son dos médicos, Shereen Usdin y Garth Japhet. A principios de la década de 1990, Garth Japhet, director ejecutivo de *Soul City*, trabajó en clínicas con grupos pobres de la ciudad y el campo:

> «A principios de los noventa trabajé tanto en las áreas rurales de la tierra Zulú como en los pequeños pueblos de Soweto y Alexandra en Johannesburgo. Ahí me di cuenta de que a pesar de mi entrenamiento como médico no tenía real influencia sobre los problemas básicos» (Japhet 1999).

Japhet y su colega Shereen Usdin comprendieron la necesidad de proporcionar entrenamiento en cuestiones de salud básicas tales como el cuidado de los niños, la anticoncepción y el SIDA. El objetivo general, según Japhet, era desarrollar un vehículo que pudiera promover el cambio social de manera continua. Desde un principio los medios fueron considerados los vehículos mediante los cuales la información se tornaba accesible para la audiencia en forma real y apropiada. Mediante la evaluación formativa, las audiencias cumplían un papel crucial en el proceso global de desarrollo del mensaje, y eran en última instancia los agentes del cambio, decidiendo por sí mismos cómo y cuándo utilizar la información proporcionada. *Soul City* desarrolló un vehículo inclusivo en el que los agentes centrales de cambio eran las audiencias. La unidad de cambio trascendió a los espectadores, oyentes y lectores individuales, pasando a ser constituida por las audiencias.

La estrategia de comunicación guía para *Soul City* es el edu-entretenimiento, o entretenimiento-educación. Japhet argumenta a favor de una *estrategia de comunicación cíclica*, en la cual una cantidad de factores o *inputs* alimentan al vehículo mediático. La evaluación resulta entonces en una serie de productos (*outputs*). El proceso en su conjunto y los productos en particular son evaluados, lo cual a su vez sirve como *input* clave para la siguiente fase de un vehículo que funciona en forma continua (Japhet).

Existen dos tipos de *inputs* clave: 1) el *proceso de investigación centrado en la audiencia y los expertos*, la evaluación formativa; y, 2) las *asociaciones* establecidas con la sociedad civil, el gobierno, el sector privado, los socios internacionales y otros actores sociales. En un proceso sumamente participativo, los mensajes son desarrollados y trabajados para darles la forma de productos creativos —las narrativas mediáticas— incluyendo el uso de la TV, la radio y la imprenta. *Soul City* hace hincapié en que el modelo es genérico y que cualquier forma narrativa puede aplicarse mediante el vehículo mediático. Podría tratarse de teatro popular, música o cualquier otra forma de narrativa cultural popular. *Soul City* ha tenido oportunidad de trabajar en horario central de mediciones de audiencia con los medios masivos, y cree firmemente en la eficiencia de este proceso. Sin embargo, si tales oportunidades no estuvieran disponibles, el medio bien podría ser otro. El vehículo mediático produce dos tipos clave de *outputs*: 1) el *output directo* (cambios en el conocimiento, la actitud, las normas sociales y las prácticas intermedias y directas, así como el desarrollo de un ambiente de apoyo que favorezca estos cambios); y, 2) el *desarrollo de oportunidades potenciales*. Estas últimas, posibilitadas por la intervención mediática, incluyen una cantidad de alternativas interesantes, algunas de las cuales *Soul City* ya ha comenzado a aprovechar. Otras aún están siendo desarrolladas, tales como los paquetes educacionales, la defensa y promoción de derechos tanto al nivel de la comunidad como a escala nacional, y el uso de la denominación *Soul City* como marca.

Soul City ha estado en actividad desde 1994 y ha evaluado constantemente y de cerca los resultados de sus continuas intervenciones comunicacionales. Excede el propósito de este artículo revelar sus hallazgos, excepto afirmar que el vehículo de edu-entretenimiento constituido por *Soul City* ha obtenido cambios y resultados tanto en términos de modificar el comportamiento individual como de influenciar procesos de cambio social más profundos. El fuerte énfasis que *Soul City* pone en el monitoreo y la evaluación de su estrategia ha contribuido a transformarlo en un caso testigo a nivel internacional, que ha inspirado muchas otras estrategias enfocadas en el edu-entretenimiento en todo el mundo, inclusive en América Latina (Tufte 2001).

Soul City representó un avance metodológico de la mayor relevancia en la praxis del edu-entretenimiento cuando comenzó sus actividades a principios de los 1990. Como tal, encabezó el esfuerzo por tender un puente entre las tradiciones del *marketing* social y la promoción de la salud, y las estrategias participativas de involucramiento de las audiencias en todos los estadios de las estrategias comunicacionales. Ha recibido reconocimiento internacional como una innovación clave entre las iniciativas de edu-entretenimiento de esa década, encabezando lo que he denominado aquí la "segunda generación" de intervenciones en edu-entretenimiento.

Tercera generación de edu-entretenimiento – Empoderamiento y cambio estructural

Una nueva ola de iniciativas muy reciente se observa en el campo del edu-entretenimiento. Se trata de iniciativas que han ido más allá de la dualidad "difusión o participación" de iniciativas previas. Difieren conceptualmente, discursivamente, en la práctica, y en la forma en que las cuestiones abordadas son comunicadas en los medios masivos. Anteriormente el eje había estado en los mensajes correctos, y tal vez incluso culturalmente sensibles, transmitidos por vía de los medios masivos. Hoy el eje está en la identificación de problemas, la crítica social y la articulación del debate, desafiando las relaciones de poder y abogando por el cambio social. Hay un fuerte reconocimiento de que un déficit de información no constituye el núcleo del problema. El problema central, en cambio, subyace en un desequilibrio de poder, la desigualdad estructural y los problemas sociales más profundos. Las soluciones se buscan a partir de fortalecer en las personas la habilidad para identificar los problemas en la vida cotidiana, y su habilidad para actuar —tanto colectiva como individualmente— sobre ellos. El empoderamiento es la palabra clave de la tercera generación de edu-entretenimiento.

Dado que la desigualdad social y estructural yace en el corazón del problema, el edu-entretenimiento abogará por el cambio social —sin excluir el cambio de comportamiento individual, sino sumándolo— a fin de encontrar soluciones. Desde una perspectiva comunicacional, la "comunicación para el cambio social" está emergiendo como el concepto clave (Rockefeller Foundation 1997).

El ejemplo más exitoso de uso de la ficción televisiva para propósitos relacionados con el cambio social en América Latina es un caso genuino de desarrollo propio en Nicaragua. Es el caso de la ONG *Puntos de Encuentro*, que ha logrado no sólo producir la primera telenovela nicaragüense jamás realizada, sino también colocar en la agenda un amplio rango de cuestiones sociales importantes para grandes sectores de la población joven de Nicaragua. La telenovela se titula *El Sexto Sentido* e incluyó 36 episodios en su primera temporada, transmitida en el año 2001, y 26 episodios en la segunda temporada, en el año 2004. El uso pro social más innovador de las telenovelas en América Latina está creciendo en estos momentos en un pequeño país sin tradición alguna de producción nacional de telenovelas. *El Sexto Sentido* fue un éxito tremendo, el programa de TV más popular entre la audiencia joven. Significativo en este sentido, en tanto ejemplo de la tercera generación de edu-entretenimiento, es su enfoque fuertemente basado en la comunidad. *Puntos de Encuentro* poseía una larga trayectoria, de una década, en el trabajo participativo con mujeres con base en la comunidad. A partir de esa experiencia surgió la necesidad de desarrollar un vehículo mediático que pudiera darles voz y visibilidad en la prosecución de sus objetivos de cambio social.

¿Aprendiendo en qué forma? Del *marketing* y la persuasión a la participación y la pedagogía liberadora

Es inherente al edu-entretenimiento la noción de que los géneros de entretenimiento se usan para fines educativos. Sin embargo, ¿cuáles son las nociones de educación aplicadas en estas diferentes

generaciones de edu-entretenimiento? Cuestiones respecto de cómo y en qué medida las audiencias son influenciadas por lo que ven han generado controversia respecto del valor *educativo* de tales estrategias. Esto se refleja en los diferentes enfoques que existen en el edu-entretenimiento, con estrategias que van desde las técnicas de *marketing* social nacidas en los medios, hasta métodos para el empoderamiento como el *Teatro del oprimido* de Augusto Boal (1979). Fundamentalmente, estos distintos enfoques implican más que meras diferencias en términos de herramientas para la comunicación. Reflejan diferencias epistemológicas respecto de cómo conciben el aprendizaje y la educación y de cómo conciben a las audiencias ya sea como receptores pasivos o participantes activos en el proceso de comunicación; y en última instancia reflejan diferentes propósitos, objetivos y entendimientos en lo que hace al desarrollo y el cambio.

Las diferencias epistemológicas al interior de uno u otro enfoque reflejan diferencias similares dentro del conjunto del campo de la comunicación para el desarrollo. Mientras que las estrategias de *marketing* social tradicionalmente se centran en el cambio de comportamiento individual, ha habido una creciente preocupación respecto de la necesidad de desarrollar estrategias basadas en la comunidad como un medio para involucrar a las audiencias o grupos-objetivo más efectivamente. Por ende, las tradiciones de la comunicación participativa —conocidas desde hace décadas en el campo de la comunicación de base, la comunicación alternativa y las iniciativas ciudadanas respecto de los medios— están haciendo su entrada en las estrategias de edu-entretenimiento nacidas de los medios masivos. Esto ha llevado a un resurgimiento de la pedagogía dialógica creada por el educador de adultos brasileño Paulo Freire como una perspectiva central para la "segunda generación" de estrategias de edu-entretenimiento (Freire 1967, 1968). Estas estrategias de edu-entretenimiento van desde el *Teatro del oprimido* de Boal al más reciente pensamiento estratégico de Johns Hopkins University/Population Communication Services (JHU-PCS), que hace al menos cierta mención inicial de Freire y sus principios: involucramiento de la comunidad, diálogo y orientación hacia el proceso (Figueroa y otros 2002).

Freire mismo no poseía una comprensión profunda de, o un interés en, los medios masivos, tal como lo evidenció en una entrevista que le hice en 1990 (Tufte 1990). Su principal orientación la constituían la comunicación cara a cara y la interacción en pequeños grupos. Sin embargo, Freire poseía una clara comprensión de la necesidad de vérselas con las estructuras de poder de la sociedad y de la necesidad de los sectores marginados de la sociedad de luchar para conquistar un espacio para la reflexión crítica y el diálogo. Una entrevista previa con Freire me había permitido ya en 1987 identificar un aspecto estratégico para la *comunicación para el cambio social*: la necesidad de conquistar un espacio, de desafiar las fronteras normativas, morales y sociales, y de concertar un diálogo crítico sobre cuestiones pertinentes como sendero hacia el cambio social (Tufte y otros 1987). La "concientización" de Freire podría utilizarse para asegurar la intervención de las comunidades en estrategias de edu-entretenimiento. Esta senda, si se la sigue consistentemente, ofrece un vehículo mediante el cual las intervenciones de edu-entretenimiento pueden vincularse a las cuestiones de poder, desigualdad y derechos humanos. Mientras que en la segunda generación de edu-entretenimiento se los utiliza sólo de manera limitada, estos son los principios que guían a la tercera generación de prácticas comunicacionales de edu-entretenimiento.

Quebrando el silencio: las fuerzas de la narrativa, la emoción y la cultura popular

Habiendo delineado la breve historia del edu-entretenimiento y proporcionado una cierta noción de las características de sus tres principales líneas de prácticas de comunicación, es necesario reflexionar acerca de en qué consiste el género principal dentro

del edu-entretenimiento —las telenovelas y radionovelas— en términos de contenido, dramaturgia y otros puntos de entrada que ayuden a explicar por qué se ha tornado un género tan atractivo en la comunicación para el desarrollo.

Una de las cuestiones clave es que el género se conecta extremadamente bien —en ritmo dramatúrgico y contenido— con las vidas cotidianas de muchas personas. Por ende, es un formato muy apropiado para llegar a grandes audiencias. En segundo lugar, es un género con una documentada capacidad para articular el debate. Las personas se comprometen, identifican e involucran con las historias narradas en los dramas radiales y televisivos. Cuando esto se explora estratégicamente, encontramos que podría contener el potencial para articular el debate en torno a cuestiones sobre las cuales es difícil hablar. El VIH/SIDA es un caso en cuestión. Con la creciente incorporación del pensamiento de Freire a la base conceptual de la segunda y tercera generación de prácticas comunicacionales en edu-entretenimiento, se ha aplicado un enfoque conceptual que ayuda a quebrar este extendido silencio en torno al VIH/SIDA, y también el "silencio de la pobreza" experimentado en muchos países. En su más reciente libro Jesús Martín Barbero (2002) menciona la «cultura del silencio» que caracteriza a grandes secciones de los segmentos marginados de las sociedades (latinoamericanas) en su respuesta a las clases sociales dominantes. Martín Barbero lleva más allá este concepto originalmente desarrollado por Paulo Freire (1967), central para comprender la necesidad de estrategias para quebrar el silencio. Por ende, bien puede utilizárselo en las discusiones en curso acerca del VIH/SIDA y el extendido silencio en medio del cual la epidemia está siendo aceptada tanto por las víctimas como por las poblaciones y líderes de opinión de los países desarrollados.

La «cultura del silencio» puede explicarse tanto mediante la historia de ciertos pueblos (colonialismo, masas carentes de la fuerza y la oportunidad para alzarse contra las causas básicas de los problemas de salud a los que se enfrentan hoy) así como por la falta de indignación y rabia vigorizante a partir de las cuales demandar cambios y mejores condiciones de vida. El resultado es una aceptación interiorizada del "statu quo". Sin embargo, hoy hay crecientes cantidades de voces minoritarias y marginadas que —a través de los medios electrónicos— han logrado acceso y están haciendo visibles sus casos y alzando sus reclamos. Están comunicándose en defensa de sus derechos, articulando un fuerte, poderoso y bien fundamentado proceso de comunicación para el cambio social. Si bien ello no siempre es fácil y muchas voces aún son silenciadas, lo que puede documentarse es el uso de la pedagogía de la liberación freireana para identificar problemas y procurar entender los mecanismos de la «cultura del silencio». La pedagogía liberadora de Freire se torna una práctica comunicacional para el desarrollo de soluciones.

La fuerza de la ficción

¿Por qué el melodrama, entonces? ¿Por qué las telenovelas? ¿Por qué estos géneros como la forma elegida en las estrategias de educación-entretenimiento? Para responder a estas preguntas debemos observar más de cerca qué es lo que esta forma de narrativa ofrece a las audiencias. Sobre la base de mi propia investigación de las telenovelas brasileñas y tomando el ejemplo de *Rei do Gado (El rey del ganado)* —que llevó a la pantalla un tema muy polémico, el de la reforma agraria y el movimiento de los campesinos sin tierra—, existen una serie de elementos en la construcción narrativa, y en la relación entre narrativas y audiencias, que hace al género atractivo para la comunicación estratégica.

El campo de tensión creado en las mezclas cotidianas de historias de amor dramáticas y sutiles conflictos de clase ha sido y sigue siendo la principal receta que estimula lo que he denominado las reacciones socioemocionales de los espectadores, y articula de múltiples maneras las prácticas culturales y sociales de la vida cotidiana entre

la audiencia (Tufte 2000). Por un lado, el drama amoroso, central en toda telenovela, posibilita la identificación y el compromiso. Por ejemplo, la preocupación y sentido de responsabilidad por la familia es central: está presente en la identificación de la audiencia con las relaciones a menudo orientadas hacia el conflicto entre padres e hijos, varones y mujeres, hermanos y hermanas. Valores tales como la unidad, el amor y el mutuo entendimiento son enfatizados por las mujeres cuando se les pide que pasen revista a sus telenovelas favoritas y se les solicita que resalten los elementos positivos. Los elementos negativos presentes en su discurso incluyen cuestiones como la falta de respeto, el engaño y rupturas personales de varios tipos, reflejando —al igual que con los elementos positivos— dimensiones de su propia realidad social y experiencia personal.

Junto con la historia de amor, la movilidad social del principal carácter femenino es a menudo el elemento central en la narrativa, estimulando la identificación entre las mujeres con bajos ingresos. Muchas de las mujeres entrevistadas poseían esta ambivalencia entre soñar con una vida más fácil —la de los personajes de la telenovela, sus casas, sus carros y ropa— pero por otro lado enfocarse en los elementos positivos comunes a sí mismas y a sus iguales.

Pese a un claro discurso de clase en las lecturas, los retratos físicos de las clases más bajas en las telenovelas tienden a no ser tan materialmente explícitos como en la vida real. Raras veces se ven imágenes de los barrios bajos y los entornos de los trabajadores casi siempre son reconstruidos de manera irreconocible: más limpios, más hermosos, y siempre más abundantes y ricos que en la vida real. Sin embargo, el lector comprende claramente quiénes son los "ricos" y quiénes los "pobres". Por ende, a pesar de una estética particular que evita la exposición de la desigualdad social, se percibe claramente una interpretación social del contenido en el lenguaje que las mujeres utilizan en referencia a los personajes y la narrativa en general. Todas ellas utilizan expresiones como "ascender en la vida", "allá arriba-acá abajo", "luchar para llegar hasta ahí", "auge-caída" y "ascender-descender". Hay muchas otras expresiones similares, proverbios interiorizados que rezan que "una no debe rendirse", "mantén tu cabeza en alto", "hay una razón para todo esto", "sigue adelante", etcétera. Estas expresiones parecen reflejar una comprensión, entre la audiencia, de la desigualdad social contenida en la narrativa, pero también un razonamiento e interpretación mediante los cuales la desigualdad social puede ser explicada, aunque no justificada; y, en segundo lugar, proporcionan un espacio para la esperanza y la aspiración de lograr el cambio social y el ascenso. La lucha para no rendirse y conservar el orgullo personal pese a la miseria social se torna esencial.

Es esta lucha fundamental lo que las telenovelas en cierta forma reconocen y *Rei do Gado* no es una excepción: la pobre mujer sin tierra, cuyo refugio se incendia por completo, se casa con el terrateniente rico, manteniendo vivas la esperanza y las aspiraciones de la audiencia —algunos dirían la falsa ilusión de la audiencia— de lograr el cambio social y el ascenso.

Sin embargo, las telenovelas también hacen visibles (Thompson 1995) y tratan problemas cotidianos (y placeres, agregaría); tal como los denominó en determinado momento el experto en medios brasileño Carlos Eduardo Lins da Silva (1985), problemas que todo el mundo tiene y enfrenta en su vida cotidiana: problemas de relación con la familia y los amigos, problemas económicos, dramas personales, etcétera. A pesar de retratar un mundo material a menudo distante de las vidas de los espectadores, las telenovelas tocan ciertas experiencias cotidianas que les son reconocibles, desencadenando por ende la identificación y sentimientos de satisfacción y placer. Dicha identificación promueve un sentido de pertenencia social y cultural, actuando como contrapeso de los muchos procesos de marginación sociocultural y político-

económica experimentados por muchos ciudadanos de bajos ingresos en el mundo.

Además del orden simbólico de la vida cotidiana construido y reconstruido en estas narrativas melodramáticas, las telenovelas ofrecen a los espectadores un encuadre de referencia sociocultural y a menudo también político. En su conjunto, las particularidades sociales y culturales de los roles y las relaciones construidos en la narrativa resultan con frecuencia muy reconocibles para la audiencia. Estas particularidades son producto de, y se refieren a, una particular historia, cultura y situación socioeconómica que los miembros de la audiencia poseen en común. Los procesos de identificación con "personas, problemas y situaciones en común" contribuyen a, y generan, un sentido de pertenencia, a menudo un sentido de pertenencia nacional (Thompson 1995). Así, las telenovelas enriquecen emocionalmente la vida cotidiana de los espectadores, articulando y reforzando prácticas sociales y culturales particulares, y por lo tanto contribuyendo a una construcción simbólica particular del país en cuestión, y articulando al mismo tiempo un sentimiento de ser miembros de una colectividad nacional (Tufte 1998).

Debido a sus estructuras narrativas y contenido relevante, las telenovelas pueden promover un fuerte sentimiento de pertenencia a la audiencia, especialmente a la *comunidad imaginada* de la nación, creando por ende una "conexión cultural", o vínculo, entre las historias contadas en la telenovela y las luchas y preocupaciones de los espectadores como ciudadanos en la sociedad. Es en esta perspectiva que las telenovelas en América Latina, así como otros géneros de entretenimiento y ficción similares en otros países, deberían ser revisitadas constantemente. El rol social y cultural de la ficción televisiva en la vida cotidiana debería ser analizado en forma creciente, a fin de comprender la significación que la audiencia le asigna y de entender cómo las telenovelas —junto con otros rituales culturales de la vida cotidiana— visibilizan cuestiones y luchas que constituyen una preocupación general.

Nadar en las aguas culturales

Paulo Freire dijo una vez que «uno debe nadar en las aguas culturales de la gente» (parafraseado de un artículo que comparaba a Freire con N. F. S. Grundtvig en Tufte 1987). Uno de los problemas en las formas tempranas de edu-entretenimiento, y en muchas de las campañas generadas a partir de los medios, ha sido la falta de conexión con "las aguas culturales" —y las experiencias de vida— de la gente.

Las ideas de Paulo Freire —desarrolladas entre 1950 y 1970— han vuelto a cobrar impulso y fuerza, tanto entre académicos que están reflexionando acerca del edu-entretenimiento como entre una cantidad de profesionales. Muchas de las ideas que él planteó y muchos de los análisis que llevó a cabo respecto de cómo articular procesos de concientización, tienen igual fuerza hoy. La lucha contra el VIH/SIDA parece contener el potencial necesario para que los diseñadores de políticas, las organizaciones, los movimientos sociales y la gente en sus comunidades se reúnan y luchen contra esta amenaza al género humano.

Los pensamientos de Freire son hoy el centro epistemológico de muchos de los esfuerzos para combatir el VIH/SIDA, ya sea en el trabajo de grupos de teatro entre los que la metodología de Augusto Boal basada en Freire florece, o en intensas campañas mediáticas de gran escala como la llevada adelante por CADRE en Sudáfrica, *Tsha-Tsha* (Kelly 2002). En la escritura académica en torno al edu-entretenimiento los pensamientos de Freire están volviendo a salir a la luz después de muchos años de ausencia (Singhal 2004, Tufte 2003a). Tal como señala Andrew Skuse (2003), en vez de centrarse en el comportamiento, el diálogo a nivel de la comunidad se torna crucial. Incluso las ideas de la teología de la liberación de los movimientos eclesiásticos de América Latina en la década de los 1970 resuenan congruentemente con el tipo de crítica social que guía a esta tercera generación de edu-entretenimiento. El problema no es meramente la falta de información: tiene que ver con la violencia estructural en la sociedad.

Lo que caracteriza a esta tercera generación de estrategias de edu-entretenimiento es una base conceptual que va más allá de la integración de enfoques difusionistas y participativos. El impulso epistemológico es un compromiso con el cambio social, basado en un análisis de la violencia estructural y las relaciones de poder desiguales, y guiado por un compromiso con los derechos humanos y la justicia social. Estas estrategias de edu-entretenimiento que aún están en proceso de emerger se combinan además con una fuerte orientación hacia la acción colectiva. *Puntos de Encuentro*, con *El Sexto Sentido*, es un ejemplo de ello. Los esfuerzos comunicativos en el ámbito del edu-entretenimiento se están observando de manera creciente en el combate del VIH/SIDA, la pobreza, el conflicto y, por ende, lo que Skuse denomina «lo inmoral de la acción humana» (Tufte 2001, Skuse).

Una estrategia – tres enfoques

El creciente interés por el edu-entretenimiento, visto en la práctica en los casos ya mencionados aquí, se confirma en su justificación teórico-metodológica como un enfoque tanto teórico como práctico de la educación, el desarrollo y el cambio social. Ello puede llevar a la creencia de que se están desarrollando nuevas estrategias para acentuar la educación, el desarrollo y el cambio social sobre la base de un involucramiento activo y competente de la gente de la que se trata. El desarrollo del edu-entretenimiento puede observarse en muchos elementos: el creciente reconocimiento de los dramas televisivos y radiales como expresiones de cultura popular; la cantidad creciente de publicaciones sobre edu-entretenimiento; la institucionalización del campo que se evidencia en las conferencias globales sobre edu-entretenimiento (1989, 1997, 2000, 2004); la "Cumbre sobre la Telenovela" (*Soap Opera Summit*) organizada anualmente por Population Communications Internacional (PCI); y, el desarrollo curricular representado en el número creciente de cursos de formación en edu-entretenimiento en oferta. Finalmente, la diversificación epistemológica, teórica y metodológica del edu-entretenimiento se observa también en el trabajo de la nueva generación de académicos en la materia, que se caracteriza tanto por la revisión crítica y fundamental del pensamiento sobre el edu-entretenimiento sobre la base conceptual de la tercera generación, como por llevarlo a nuevos campos de la práctica (por ejemplo, la resolución de conflictos y la protección ambiental).

Aplicar el edu-entretenimiento de acuerdo con una teoría y una práctica poscolonial, alternativa, orientada a las ciudadanos y a menudo guiada por el trabajo de base es, a mi manera de ver, un reconocimiento de nuevos lenguajes y formatos en la pedagogía liberadora. En el nivel de las prácticas comunicacionales para el cambio social, es un reconocimiento de la necesidad de ir más allá de las soluciones orientadas a la información hacia soluciones orientadas por la comunicación, más allá del *logos* exclusivamente, en pos también del *mythos*. Esto es, más allá de la razón y en pos de la emoción, no en un dualismo de "esto o lo otro", sino mediante estrategias integradas en las cuales el aprendizaje y el desarrollo de conciencia no se dirigen sólo a transmitir información sino también a involucrar a la gente para cambiar la sociedad.

Las preocupaciones respecto de la ciudadanía y los derechos humanos están en el centro de esta cuestión, y el uso de la radio y la TV en estrategias de edu-entretenimiento se vincula entonces con el ejercicio y el reconocimiento de la *ciudadanía cultural* de las audiencias (Tufte 2000). Como estrategia educacional, el edu-entretenimiento —por el lenguaje utilizado, el acento puesto en el contenido y la noción de participación de la audiencia tal como se manifiestan en la tercera generación— está adentrándose en un nuevo territorio como estrategia de concientización que va más allá del *marketing*, en pos del empoderamiento y más en sintonía con el mundo mediatizado y globalizado de hoy.

En conclusión, las prácticas comunicacionales del edu-entretenimiento se consolidan en lo que yo observo como tres enfoques diferentes, denominados tres generaciones de edu-entretenimiento sobre la base de la cronología del desarrollo: la primera generación emerge en la década de 1970, la segunda en los 1990 y la tercera generación gana voz y base conceptual en el debate contemporáneo acerca de la comunicación para el desarrollo. La primera generación, que ha existido durante más largo tiempo es, en muchas críticas al edu-entretenimiento, el principal objeto de ataque (Waisbord 2001, Morris 2003). Sin embargo, algunas de las voces críticas del edu-entretenimiento empiezan ahora a conectar su uso creciente con la rehabilitación de la cultura popular como una fuente de poder y cambio en la vida cotidiana (Martín Barbero 1993, 2002), explorando las opciones para formular usos del edu-entretenimiento críticos, poscoloniales, posdesarrollo (Escobar 1995) y orientados al cambio social. Este enfoque representa otra forma de pensar acerca del desarrollo y el cambio, pese a derivar de los mismos géneros que la primera y la segunda generación de edu-entretenimiento. El Cuadro La Figura 1 destaca —aún con el riesgo de simplificar— las diferencias clave.

Cuadro 1
(De) construyendo el campo del edu-entretenimiento

Edu-Entretenimiento	1ra Generación	2da Generación	3ra Generación
Definición del problema	Falta de información	Falta de información y habilidades Contextos inapropiados Desigualdades estructurales	Desigualdades estructurales Relaciones de poder Conflicto social
Noción de entretenimiento	Instrumento: herramienta para transmitir un mensaje	Género dinámico: herramienta para el cambio	Proceso: cultura popular Género como forma de expresión
Noción de cultura	Cultura como barrera	Cultura como aliado	Cultura como "forma de vida"
Noción de catalizador	Agente de cambio externo apunta a X	Catalizador externo en asociación con la comunidad	Miembro de la comunidad
Noción de educación	Pedagogía bancaria Pedagogía de la persuasión	Habilidades para la vida, didáctica	Pedagogía liberadora
Noción de audiencia	Segmentos Grupos-objetivo Pasivos	Participantes Grupos-objetivo Activos	Ciudadanos activos
¿Qué se comunica?	Mensajes	Mensajes y situaciones	Cuestiones sociales y problemas
Noción de cambio	Comportamiento individual Normas sociales	Comportamiento individual Normas sociales Condiciones estructurales	Comportamiento individual Normas sociales Relaciones de poder Condiciones estructurales
Resultado esperado	Cambio en normas y comportamiento individual Resultado numérico	Cambio en normas y comportamiento individual Debate público y privado	Articulación de proceso social y político Cambio estructural Acción colectiva
Duración de la intervención	Corto plazo	Corto y largo plazo	Corto y largo plazo

La definición del problema clave se centra en las desigualdades estructurales más que en la carencia de elementos específicos del orden de la información. Esto refleja que la noción de cambio difiere: la primera generación pone el acento en cambiar el comportamiento y las normas de los individuos, mientras que la tercera generación se orienta también a tratar las causas subyacentes que influencian y determinan el comportamiento individual. La noción de cómo catalizar un proceso de cambio difiere: va de verlo como un cambio guiado por un agente de cambio externo que se dirige a una audiencia específica (primera generación) a la comprensión del proceso de cambio como algo catalizado desde el interior de la comunidad misma por sus propios miembros (tercera generación).

Finalmente, es importante subrayar las diferentes nociones de educación o aprendizaje. Sobre la base de las distinciones realizadas por Freire entre el depósito de información —la pedagogía «bancaria»— y el proceso empoderador de aprender mediante la posibilidad de «nombrar el mundo» en un proceso dialéctico de acción-reflexión-acción —la *pedagogía liberadora*— puede trazarse un claro paralelo entre los enfoques de la primera y la tercera generación de edu-entretenimiento. La primera generación busca transmitir mensajes y transferir información mediante los medios masivos, de manera similar a la pedagogía bancaria. La tercera generación busca articular y promover el proceso dialéctico de debate y acción colectiva centrado en cuestiones sociales, conflictos, desigualdades y desequilibrios de poder en las sociedades, en línea con la pedagogía liberadora de Freire.

Excede el propósito de este trabajo explicar el análisis subyacente y el fundamento teórico-metodológico que están por detrás de cada categorización presentada en el Cuadro 1. Mi argumento fundamental es que el edu-entretenimiento no es tan solo una estrategia de comunicación, sino muchos enfoques diferentes que poseen en común el uso del entretenimiento como una práctica comunicacional específica, trabajada para comunicar estratégicamente respecto de cuestiones relativas al desarrollo en una forma y con un propósito que pueden ir desde el *marketing* social de comportamientos individuales en su definición más limitada, hasta la articulación de agendas de cambio social guiado por los ciudadanos. A esta altura, la primera y la segunda generación han revelado algunos de los potenciales comunicacionales de usar tipos de entretenimiento como la narración de cuentos, el drama o la música. Sin embargo, mediante la investigación de cómo usar la comunicación para el desarrollo, una revisión del desarrollo tal como aparece reflejada en el pensamiento poscolonial y moderno tardío —véanse Escobar 1995; Appadurai 1996; Baumann 1998, 2003 y muchos otros— tiene el potencial para dar forma a un fundamento epistemológico muy poderoso para la práctica de la comunicación mediante el edu-entretenimiento basado en la diversidad de voces, los derechos humanos y la ciudadanía cultural.

Bibliografía citada

Appadurai, Arjun (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalisation*. London and Minnesota, University of Minnesota Press.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewoods Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.

Baumann, Zygmunt (1998). *Globalisation*. London, Routledge.

Baumann, Zygmunt (2003). *Liquid Love*. Cambridge, U. K., Polity.

Boal, Augusto (1979). *The Theatre of the Oppressed*. New York, Urizen Books.

Da Silva, C. E. Lins (1985). *Muito alem do Jardim Botánico: Um estudo sobre a audiencia do Journal Nacional da Globo entre trabalhadores*. Sao Paulo, Summus Editorial.

Escobar, A. (1995). *Encountering Development. The Making and Unmaking of the Third World*. New Jersey, Princeton University Press.

Figueroa, M. E.; Kincaid, L.; Rani, M. y Lewis, G. (2002). "Guidelines for the measurement of process and outcome

of social change interventions". Preparado para la Rockefeller Foundation. Baltimore, Maryland, CCP/JHU.

Fraser, C. y Restrepo-Estrada, S. (1998). *Communicating for Development: Human Change for Survival.* London and New York, I. B.Taurus Publishers.

Freire, Paulo (1967). *La educación como práctica de la libertad.* Caracas, Nuevo Orden.

Freire, Paulo (1968). *Pedagogy of the Oppressed.* New York, Seabury Press.

Fuenzalida, V. (2005). *Expectativas educativas de las audiencias televisivas.* Colección Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Bogotá, Editorial Norma.

Gao, Melissa Yun (2005). "Participatory Communication Research and HIV/AIDS Control: A Study among Gay Men and MSM in Chengdu, China". Tesis inédita de Ph.D. Australia, The University of Newcastle.

Japhet, Garth (1999). *Edutainment. How to make Edutainment work for you: a step by step guide to designing and managing an edutainment project for social development.* Johannesburg, Soul City.

Kelly, Kevin (2002). Personal conversation. Grahamstown, South Africa, October.

Martín Barbero, J. (1993). *Communication, Culture and Hegemony. From Media to Mediations.* London, Sage.

Martín Barbero, J. (2002). *La Educación Desde la Comunicación.* Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.

Morris, N. (2003). "A Comparative Analisis of the Diffusion and Participatory Models in Development Communication" en *Journal of Communication Theory.*

Parker, Warren (2005). "Ideology, Hegemony and HIV/AIDS: The Appropriation of Indigenous and Global Spheres". Tesis inédita de Ph.D. South Africa, University of Kwazulu-Natal.

Sherry, John L. (1997). "Pro-Social Soap Operas for Development: A Review of Research and Theory" en "Communication and Development: Beyond Panaces" —*The Journal of International Communication*, Special Issue, 4 (2).

Singhal, A. (2003). "Entertainment-Education Through Participatory Theatre: Freirean Strategies for Empowering the Oppressed" en Cody, M.; Singhal, A.; Sabido, M. y Rogers, E. (eds.) *Entertainment-Education Worldwide: History, Research and Practice.* New York, Lawrence Erlbaum Associates.

Singhal, A. y Rogers, E. (2002). "A Theoretical Agenda for Entertainment-Education" en *Communication Theory*, 12 (2).

Singhal, A. y Rogers, E. (1999). *Entertainment-Education. A Communication Strategy for Social Change.* New York, Lawrence Erlbaum.

Skeie, Silje Sjovaag (2003). "Learning Through Entertainment. A Study of the Usage of the Entertainment-Education Strategy among Ethnic Minorities in Vietnam". Tesis de Masterado. Norway, University of Oslo, Faculty of Education, Institute for Educational Research.

Skeie, Silje Sjøvaag (2005). "Narratives for peace – using entertainment-education in the promotion of a culture of peace" en *Transformator – tidsskrift for fredsforskning*, 3. Oslo, PROION.

Skuse, Andrew (2003). "Communication, Education and HIV/AIDS. A Guidance Note". Preparado para el UK Department for International Development. Reino Unido.

Thompson, John (1995). *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media.* Cambridge, Polity Press.

Tufte, Thomas (1990). "Entrevista con Paulo Freire". No publicada. São Paulo, Brasil, noviembre.

Tufte, Thomas (1998). "Television Fiction, National Identity and Democracy – the role of national television fiction in modern societies" en Durousseau, I. (ed). *Réception de la Télévision*. Copenhagen, Denmark, L'Institut Français.

Tufte, Thomas (2000). *Living with the Rubbish Queen. Telenovelas, Culture and Modernity in Brazil.* Luton, University of Luton Press.

Tufte, Thomas (2001). "Entertainment-Education and Participation - Assessing the Communication Strategy of Soul City" en *Journal of International Communication*, Vol. 7 (2). Sydney, IAMCR/Macquarie University.

Tufte, Thomas (2003a). "Soap Operas and Sense-Making: Mediations and Audience Ethnography" en Cody, M.; Singhal, A.; Sabido, M. y Rogers, E. (eds.) *Entertainment-Education Worldwide: History, Research and Practice*. New York, Lawrence Erlbaum Associates.

Tufte, Thomas (2003b). "Edutainment in HIV/AIDS Prevention. Building on the Soul City Experience in South Africa" en Servaes, Jan (ed.) *Approaches to Development. Studies on Communication for Development.* Paris, UNESCO, Communication Development Division.

Tufte, Thomas (2003c). "HIV/AIDS, Globalisation and Ontological Insecurity – Key Communication Challenges in HIV/AIDS Prevention". Ponencia presentada a la XI Conferencia de la FELAFACS. Puerto Rico, 4-8 de octubre.

Tufte, Thomas y otros (1987). "Entrevista con Paulo Freire". No publicada. São Paulo, Brasil, abril.

Waisbord, S. (2001). "Family Tree of Theories, Methodologies and Strategies in Development Communication: Convergences and Differences". Preparado para la Rockefeller Foundation. www.soulcity.org.za

Tufte, Thomas (2005). En Hemer, Oscar y Tufte, Thomas "Media and Glocal Change – Rethinking Communication for Social Change". Buenos Aires, CLACSO y Göteborg, Suecia, NORDICOM. Reproducción autorizada por el autor y la editorial.

Traducido al español por Florencia Enghel.

MOVIMIENTOS SOCIALES Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

DOS

LECTURAS CONTEMPORÁNEAS

El pueblo al mando

Extracto de *Comunicación participativa para el desarrollo*

Chin Saik Yoon

El otro tipo de medio de comunicación masiva pone al pueblo al mando de las decisiones de programación. Ellos deciden qué se transmite, quién lo hace, cuándo y dónde se hace. Los profesionales se quedan en un segundo plano, ocupándose de los detalles de ingeniería y asistiendo en la creación de programas cuando se les convoca para ello. Las nuevas tecnologías han simplificado los aspectos técnicos de los transmisores de radio a tal punto que la gente puede operarlos independientemente. La nueva tecnología también ha llevado a la fabricación de grabadoras portátiles de audio y vídeo, y de sistemas de edición computarizada que a su vez han simplificado los procesos técnicos de producción y han bajado el costo que acarrea operar este tipo de medios. La disponibilidad de generadores eléctricos portátiles de bajo costo también ha ayudado a la reubicación de muchas de estas tecnologías a entornos rurales donde la gente tiene un acceso más fácil a los medios. Los obstáculos principales al uso popular de estas tecnologías son las leyes de medios de comunicación restrictivas que existen en la mayoría de países en vías de desarrollo, que restringen la propiedad de los medios de comunicación al gobierno o a aquellos que gozan de su confianza.

La mayoría de estos medios de radio/teledifusión o de prensa que son administrados por el pueblo son concebidos y producidos por miembros de la comunidad. Lo que les falta en refinamiento profesional se ve más que compensado por su credibilidad y sentimiento. Las estaciones de radio comunitarias muchas veces cumplen un doble papel como herramientas importantes de comunicación personal: llevar mensajes personales a lugares lejanos que no tienen conexión telefónica ni servicio postal y extender el alcance de los medios tradicionales y populares, grabándolos o difundiéndolos "en vivo". Tales medios sirven asimismo al importante propósito de corregir los desequilibrios de poder entre quienes lo detentan y el pueblo. Cuando son operados por líderes intrépidos, estos medios pueden rápidamente crear conciencia sobre incidentes de opresión y movilizar la resistencia local y externa en contra de dicha opresión. La radio comunitaria fue una de las "armas" principales en la "revolución del poder popular" en las Filipinas, que derrocó a un gobierno corrupto.

Aparte de dichos eventos espectaculares, la mayoría de los éxitos de la difusión comunitaria se encuentran en el sector de la educación informal (Beltrán 1993). Programas de alfabetización se han conducido eficazmente a través de estaciones comunitarias de radio y televisión. Otros temas abordados por estas estaciones incluyen temas de género, agricultura, salud, generación de ingresos, seguridad del trabajador y salud ocupacional, tenencia de tierras y temas religiosos.

Retos en la práctica

La aplicación del concepto de comunicación participativa ha resultado estar lleno de retos en situaciones de desarrollo reales. Los profesionales del desarrollo se han encontrado con efectos y problemas imprevistos del proceso, o con críticas sobre la promoción de formas de participación no deseadas. La larga y bulliciosa retórica que rodea al tema generalmente interfiere con los esfuerzos de dichos profesionales por darle vida a este proceso social idealista. Algunos de los retos con los que ha tenido que lidiar se exponen a continuación:

La comunicación participativa para el desarrollo

Extracto de *La comunicación participativa para el desarrollo: una agenda para África occidental*

Guy Bessette

En reconocimiento de la importancia de la comunicación para el desarrollo, el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID) ha empezado a elaborar un programa de investigación en ese campo. Este programa tiene el propósito de apoyar la participación de la población en su propio desarrollo de modo que grupos y comunidades puedan diagnosticar los problemas que enfrentan, tomar decisiones bien informadas, movilizarse para la acción y asumir responsabilidades para su propio desarrollo. Seleccionamos el término "comunicación participativa para el desarrollo" para dirigir la atención hacia este énfasis en los procesos bidireccionales y para distanciarnos de los planteamientos de comunicación unidireccionales que implican la diseminación de mensajes, la transmisión de información o la persuasión de la gente para que cambie su comportamiento.

El programa da preferencia a los planteamientos horizontales que suponen alentar el diálogo centrado en el análisis de problemas y la búsqueda de soluciones, y a aquellos cuyo objetivo es la toma de conciencia de los responsables de las decisiones. Al dar lugar a la participación en el desarrollo, la comunicación participativa para el desarrollo se convierte en una herramienta para la emancipación de las personas y de las comunidades.

En cuanto a su impulso general, el programa adopta un planteamiento interactivo y participativo y resalta las interrelaciones que existen en la práctica entre las principales líneas de acción. Llamamos CIME a este concepto: *Comunicación* a nivel popular, intercambio de *Información*, *Medios* bidireccionales y *Educación no formal*.

La comunicación a nivel popular

El programa se centra particularmente en la comunicación a nivel popular. La experiencia de los últimos 50 años ha demostrado claramente que para que la comunicación realmente ayude a las personas a identificar un problema de desarrollo, a comprender sus causas, a proponer soluciones y a organizarse para tomar las medidas apropiadas, ésta debe empezar a nivel comunitario. También debe promocionar el intercambio "horizontal" entre las personas en lugar de algún tipo de transmisión "vertical" de un experto a su público. Por consiguiente, no debemos destacar el uso de los medios (que desempeñan un papel utilitario), sino los procesos y estrategias para la comunicación participativa comunitaria (particularmente los procesos de retroalimentación).

El intercambio de información

El programa también propone vincular la información al proceso de comunicación. La información no tiene ninguna utilidad por sí sola sin un proceso de comunicación comunitaria que permita que la gente la comprenda y se apropie de ella. También debemos utilizar los canales apropiados de comunicación que fomenten la circulación y el intercambio de información desde la fuente de información hacia la comunidad, o de la comunidad hacia los diversos niveles en el proceso de toma de decisiones, o entre los grupos y las comunidades mismas.

Los medios bidireccionales

En este aspecto, el programa se propone fomentar el uso de diversos medios (tanto las relaciones interpersonales y los medios de comunicación tradicionales como los medios modernos) en el marco de sistemas de comunicación interactiva o bidireccional que grupos o comunidades puedan hacer suyos y que se basen no en la transmisión de información o de mensajes exhortatorios, sino en la facilitación del intercambio de ideas. En cualquier contexto dado, el uso de estos sistemas se debe vincular a un proceso de comunicación comunitaria que definirá los parámetros en virtud de los cuales se diseñarán o introducirán las condiciones para establecerlos y las formas en que se evaluarán.

Bessette, Guy y Rajasunderam, C. V. (1996). "Participatory Development Communication" en *Participatory Development Communication: A West African Agenda*. Ottawa, Canada, Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID)/ Southbound, Penang, Malaysia. Reproducción autorizada por el CIID.

Definiciones

Los desacuerdos sobre lo que constituía una verdadera participación asediaron desde el comienzo a los trabajadores del desarrollo. Los desacuerdos nacieron en parte de las diferencias ideológicas y en parte de los entornos de las comunidades donde se intentó hacer el trabajo. El debate ideológico involucraba desde a quienes sentían que la verdadera participación debía poner al pueblo a cargo de la toma de todas las decisiones, hasta a aquellos para los cuales la participación a otros niveles también era válida y que el proceso podía evolucionar desde esos niveles hacia la meta ideal. Los otros debates fueron consecuencia de una amplia gama de entornos culturales y ambientales a los cuales los trabajadores del desarrollo debieron responder y adaptarse. Estas adaptaciones crearon enfoques de la comunicación participativa lo suficientemente distintos como para causar desacuerdos entre los comunicadores.

Conflicto

Otro reto es el conflicto que la comunicación participativa frecuentemente causa entre el pueblo. Dicho conflicto es consecuencia del efecto inadvertido del proceso de modificar las relaciones de poder entre los que lo detentan y los que carecen de él. Al participar, el pueblo reclama poder para sí, y de esta manera amenaza la influencia de los que lo tienen. El conflicto también se presenta frecuentemente entre individuos. La comunidad a veces se divide en facciones por los desacuerdos sobre las metas y métodos de hacer las cosas, y sobre la participación o exclusión de ciertos de sus miembros. La comunicación participativa que se propone abordar las causas de fondo del desarrollo tiende a causar mucho conflicto. Este historial de conflicto ha causado que muchos trabajadores del desarrollo se percaten de la necesidad de equiparse a sí mismos y al pueblo con técnicas de manejo de conflicto. Las más importantes de entre éstas son las de negociación y mediación.

Propagación

Los éxitos en la comunicación participativa se han probado difíciles de repetir o propagar. Éste es un gran obstáculo para las ONG (Organizaciones No Gubernamentales) interesadas en extender los beneficios de la comunicación participativa a la mayoría de las comunidades a las que sirven. El reto parece surgir de una serie de factores. El primero es la naturaleza de las habilidades de comunicación participativa arraigadas en el pueblo. Algunas personas parecen tener cualidades especiales que las hacen altamente eficaces como facilitadoras del proceso. Son los "líderes carismáticos" que "hacen que las cosas sucedan". Estas cualidades siguen siendo esquivas y no se han podido identificar ni repetir mediante la capacitación. Las cualidades de las comunidades también han sido identificadas como cruciales para el éxito. Ciertas condiciones previas se han considerado como necesarias para el funcionamiento eficaz del proceso. Los problemas de propagación también pueden ser atribuibles a los particulares compromisos y al apoyo que se brinda a los esfuerzos experimentales de las comunidades y las organizaciones, pero que rara vez están disponibles en la misma medida para proyectos de mayor escala.

Gobernabilidad

Entre todas las condiciones previas al éxito, el tipo de gobernabilidad que afecta al pueblo puede ser la más importante. La gente que vive en Estados altamente controlados puede anhelar intensamente la participación, y a la vez temerla por miedo a represalias contra su persona o sus familias y amigos. Esto representa no sólo un reto sino también un riesgo para quienes buscan promover la comunicación participativa.

La tentación del sector privado

Las empresas privadas están empezando a afectar a los procesos participativos casi hasta el punto en que anteriormente lo hacían las autoridades locales. Lo hacen ofreciendo dinero, oportunidades de empleo y otros incentivos a miembros selectos de las comunidades con el fin de recabar de ellos la cooperación que desean y que no siempre resulta beneficiosa para sus intereses de largo plazo. Por ejemplo, ciertas compañías madereras frecuentemente ofrecen empleos con sueldos altos a los líderes comunitarios en áreas que van a ser deforestadas, con el propósito de asegurarse la cooperación de las comunidades a través de la cooptación de sus líderes. Quienes se propongan luchar contra estas compañías deben primero sufrir todos los dolorosos resultados del conflicto con sus propios líderes. Las amenazas del sector privado son difíciles de enfrentar porque sus métodos son sutiles y normalmente muy atractivos a corto plazo.

Especialización de las ONG

Mientras que la mayor parte de las ONG eran generalistas en el pasado, muchas trabajan ahora con temas especializados como el agua, la generación de ingresos, la agricultura, temas de género, etc. Estas organizaciones enfrentan problemas difíciles cuando trabajan de modo participativo, porque muchas veces los pobladores identifican problemas y temas que están fuera de las áreas de especialización de las ONG. La solución parece ser crear una red de ONG para que las habilidades especializadas se puedan compartir de acuerdo a las necesidades identificadas por los pobladores.

Coexistir con "otra" comunicación

Pocas comunidades viven totalmente aisladas del mundo exterior. En cuanto a la comunicación, pueden ser alcanzadas por el entretenimiento que ofrecen el cine, la televisión, la radio, periódicos y revistas de las ciudades; vendedores de las empresas; y, otros que no practican formas participativas de comunicación. Los facilitadores necesitan introducir formas de coexistir o contrabalancear los componentes del sistema de comunicación mayor para que los pobladores puedan agudizar su capacidad de interpretar la comunicación que les llega. Una forma es la educación sobre los medios, en la que se sensibiliza a la gente en torno a las actividades de diferentes tipos de medios y algunas de las intenciones que animan su operación. El otro método es contrarrestar esos mensajes con información alternativa. Por ejemplo, las campañas publicitarias de pesticidas nocivos montadas por las empresas pueden ser contrarrestadas con programas participativos sobre el control integrado de plagas, que requiere un uso mínimo de productos químicos.

Compromiso a largo plazo

La participación toma tiempo. Es un proceso que no se puede apurar para cumplir con fechas de entrega o presupuestos anuales. Los ciclos de financiamiento de dos o tres años que normalmente gobiernan la implementación de proyectos de desarrollo patrocinados son, por lo general, demasiado cortos para que los verdaderos procesos de comunicación participativa echen raíces en las comunidades. Tales proyectos pueden en realidad acabar con los procesos cuando éstos están a punto de evolucionar hacia una vibrante comunicación participativa. Se requiere un compromiso a largo plazo no sólo de la entidad financista, sino también del pueblo. La participación toma valioso tiempo y energía (que muchas veces son los únicos recursos) de los miembros de la comunidad. Idealmente, los programas deberían estar diseñados para producir suficientes beneficios a corto plazo como para motivar a la gente a mantener su compromiso con el logro de las metas a largo plazo.

Flexibilidad

Las ONG y sus entidades financistas deben adoptar métodos de administración flexibles en la implementación de programas participativos. Tienen que estructurar sus planes de trabajo y sus presupuestos de tal manera que los cambios que emanan de los procesos participativos puedan ser asimilados rápidamente y con un mínimo de dificultad.

Movimientos sociales y participación comunitaria

Los objetivos, resultados previstos y planes de trabajo descritos en la documentación de los proyectos participativos probablemente cambiarán a medida que el pueblo empiece a participar activamente en la creación de las actividades del proyecto. Tales cambios administrativos deberían ser bienvenidos como una indicación del éxito, en lugar de como síntomas de un diseño de proyecto deficiente. Las entidades financistas y las ONG que funcionan de manera participativa son las que pueden funcionar eficazmente con esta forma de administración de proyectos.

Bibliografía citada

Beltrán, L. R. (1993). "Communication for Development in Latin America: A Forty-Year Appraisal" en Nostbakken, D. y Morrow, C. (eds.) *Cultural Expression in the Global Village*. Southbound, Penang, Malaysia.

El ascendiente de los planteamientos participativos

Extracto de *La comunicación participativa para el desarrollo: una agenda para África occidental*

Chin Saik Yoon

La reacción contra la modernización (y, en alguna medida, la conciencia de los desequilibrios estructurales mundiales) dio lugar a diversos planteamientos participativos. Compartían el propósito común de hacer de las personas que eran los "sujetos" del desarrollo, partícipes activos en darle forma al proceso. Pero, en la mayoría de los casos, allí termina la similitud y empieza una diversidad de diferencias. La participación popular se definió de muchas maneras distintas y esto, a su vez, condujo a numerosos desacuerdos irresueltos.

En general, se pueden observar cuatro maneras distintas de participación en la mayoría de los proyectos de desarrollo que sostienen ser de carácter participativo (Uphoff 1985). Éstas son:

Participación en la implementación: Se alienta y moviliza activamente a la gente para que participe en la realización de los proyectos. Se le asigna determinadas responsabilidades y tareas o se le solicita contribuir con ciertos recursos específicos.

Participación en la evaluación: Al terminar un proyecto, se le invita a hacer una crítica sobre el éxito o el fracaso del proyecto.

Saik Yoon, Chin (1996). "People in Charge". Extracto de "Participatory Communication for Development" en Bessette, Guy y Rajasunderam, C. V. (eds.) *Participatory Development Communication: A West African Agenda*. Ottawa, Canada, Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID)/Southbound, Penang, Malaysia. Reproducción autorizada por el CIID.

Participación en el beneficio: La gente participa de los beneficios de un proyecto; podría tratarse del agua de una bomba manual, atención médica de un "médico descalzo", un camión para transportar frutas y verduras al mercado o reuniones de la aldea en el nuevo centro comunitario.

Participación en la toma de decisiones: La gente inicia, debate, conceptualiza y planifica las actividades que va a emprender conjuntamente como comunidad. Algunas de éstas pueden estar relacionadas con las iniciativas más comunes de desarrollo, como construir escuelas o solicitar la titulación de tierras. Otras pueden ser más políticas: destituir a funcionarios corruptos, apoyar a candidatos al parlamento o resistir las presiones de las elites. Otras, aún, pueden ser de carácter cultural o religioso, como organizar una fiesta tradicional, oraciones para que termine la sequía o una gran fiesta simplemente para pasarla bien.

Algunas iniciativas de desarrollo brindan a la gente la oportunidad de participar de estas cuatro maneras. Muchas no lo hacen y restringen la participación a una o dos.

La mayoría concordaría en que la participación en la toma de decisiones es la más importante que se debe fomentar pues confiere control sobre la vida y el entorno. Al mismo tiempo, las personas adquieren habilidades para resolver problemas y hacer plenamente suyos los proyectos, dos elementos importantes que contribuirán a asegurar el desarrollo sostenido de su comunidad.

Las otras tres formas de participación —la participación en la implementación, en la evaluación y en el beneficio— han sido tildadas de falsa participación por quienes consideran que la participación en la toma de decisiones es fundamental e indispensable. Consideran que con estas tres formas de seudoparticipación se manipula a los pobladores para que acepten planes elaborados por otra gente más poderosa.

Quienes no están de acuerdo alegan que estas tres formas permiten a la gente desarrollar capacidades para participar en la toma de decisiones. Consideran que movilizarla prematuramente para que tome sus propias decisiones y trace su propio desarrollo puede ponerla en riesgo de conflicto con intereses poderosos, amenazando su seguridad. A veces llegan a afirmar que los grupos que la movilizan de esta manera, en realidad la están manipulando hacia el conflicto.

Varios gobiernos asiáticos que han logrado un desarrollo económico impresionante han expresado sus motivos para no estar apurados por promover la democracia y la participación al estilo occidental:

Las sociedades asiáticas favorecen el colectivismo, mientras que las occidentales valoran más el individualismo. En los países en desarrollo los intereses nacionales tienen prioridad sobre los individuales.

Una diversidad de perspectivas puede confundir a las personas, que deben tener educación y madurez para poder tomar decisiones desde distintos puntos de vista. Por lo tanto, en las regiones en desarrollo las comunidades necesitan educación antes que diversidad.

Estos argumentos ponen de manifiesto la gran preferencia de estos gobiernos por el consenso como planteamiento del desarrollo. No se inclinan en favor de un planteamiento participativo porque se considera que es un modelo basado en el conflicto.

Aunque los proponentes de la participación perciben más ventajas que desventajas en el planteamiento, a la vez reconocen que éste tiene limitaciones. Al final de una conferencia internacional de profesionales e investigadores que se dedican a la comunicación participativa se hicieron tres advertencias (White 1994):

1. Los procesos de comunicación participativa no son una panacea para el desarrollo. Dichos procesos no son apropiados para resolver todos los problemas en todos los contextos o plazos de

tiempo. La madre cuyo hijo se está muriendo de diarrea no quiere "participar". Se necesitan asimismo soluciones e intervenciones a corto plazo. Los procesos participativos revelan las "causas de fondo" de la pobreza y la opresión y generalmente implican metas de largo plazo.

2. Los conceptos aparentemente opuestos de "participación" y "manipulación" se pueden ver desde muchas perspectivas. Al extensionista que trata de "vender" soluciones a una "población objetivo" se le podría acusar de ser manipulador y es posible que traiga consigo todo un conjunto de premisas culturales foráneas. Es también posible, sin embargo, que el comunicador social participativo llegue a una aldea con una imagen de la realidad y una carga de valores particulares, aspirando a que los pobladores perciban la opresión de la manera en que él o ella la ven, lo cual podría ser igualmente manipulador.
3. A menudo no se toma en cuenta el precio que los pobladores deben pagar por tomar parte en los procesos participativos. Frecuentemente se asume que el poblador o la pobladora no tienen nada mejor que hacer con su tiempo. Por cada hora dedicada a "participar" hay un costo de oportunidad; es decir, el hecho de que podrían estar dejando de lado actividades más productivas, en caso de que el proceso participativo no condujera a beneficios, sean de largo o de corto plazo. El comunicador social debe tener esto en cuenta al ingresar a una aldea o a un barrio urbano pobre.

Extracto de

El nuevo comunicador

Alfonso Gumucio Dagron

El *nuevo comunicador* es generalmente alguien que le debe por lo menos el 50% de sus cualidades a un amplio rango de experiencias que no están necesariamente relacionadas con su formación académica. Lo que en realidad distingue al nuevo comunicador es la combinación de su experiencia en desarrollo, su especial sensibilidad para trabajar con las comunidades y su conocimiento de las herramientas de la comunicación. El nuevo comunicador tiene que encontrar un equilibrio entre una forma práctica de enfrentar la realidad social y la capacidad de elaborar y conceptualizar estrategias.

La formación académica es en alguna medida irrelevante, dado el hecho de que no hay instituciones que ofrezcan una capacitación profesional especializada. Educadores, antropólogos, agrónomos a menudo se convierten en buenos comunicadores, cuando a la experiencia en desarrollo y de participación comunitaria que han adquirido en el campo le añaden el conocimiento sobre el proceso de comunicación y las destrezas para manejar tecnologías de información. Los periodistas tienen ese conocimiento, aunque limitado a los medios, pero también ellos pueden convertirse en nuevos comunicadores —enriquecidos por una visión amplia de la comunicación— si adquieren experiencia en desarrollo y de trabajo con las comunidades.

Esto no quiere decir que solamente la comunicación interpersonal es necesaria en el contexto del cambio social. El enfoque comunitario es a menudo el resultado de una absoluta imposibilidad de acceso a los canales de información. Puede ser la única estrategia posible, dado el proceso extremo de marginalización en que se encuentran muchas comunidades. No obstante, las nuevas tecnologías han abierto posibilidades enormes para los intercambios culturales horizontales que tanto individuos como comunidades pueden establecer alrededor del planeta. El significado de *comunidad* abarca a los grupos que tienen intereses comunes, aunque pertenezcan a culturas y lugares diferentes. El acceso de grupos e individuos que anteriormente estaban marginados de las nuevas tecnologías se ha ampliado progresivamente (o ha sido tomado por asalto).

El uso de medios electrónicos para el cambio social ha sufrido ya una impresionante evolución. Desde los años 1950, asociaciones, sindicatos, grupos comunitarios y ONG se han enfrentado a las redes dominantes de radio y televisión con pequeñas estaciones que emiten para comunidades específicas. Mientras intereses cada vez mayores incrementan su control sobre los medios masivos de información en el mundo entero, las redes alternativas de comunicación están multiplicándose, a menudo apoyándose en el uso de internet.

Los retos de la comunicación evolucionan constantemente, en la medida en que aparecen nuevas posibilidades pero también nuevas necesidades. El nuevo comunicador tiene la capacidad de navegar de un medio a otro, de escoger entre las muchas herramientas de comunicación y adaptar las estrategias a una situación particular. Su experiencia abarca desde ayudar a fortalecer organizaciones sindicales hasta cubrir temas sociales para estaciones de radio, diseñar estrategias de participación para proyectos de desarrollo a nivel comunitario, facilitar la formación de redes entre las organizaciones no gubernamentales o producir materiales de capacitación. Esa flexibilidad para la implementación de estrategias de comunicación en varios contextos culturales proporciona una experiencia sin igual.

Las siguientes podrían ser las principales premisas del nuevo comunicador:

1. El nuevo comunicador debe comprender que la *tecnología* es una herramienta y nada más que una herramienta. La tecnología puede apoyar el proceso de comunicación, pero éste no puede depender totalmente de ella. También es importante comprender que la tecnología no se limita a computadoras, satélites o internet. Un lápiz es un maravilloso producto de la tecnología y las técnicas de comunicación que han demostrado su eficacia van desde el teatro popular hasta los murales comunitarios.
2. El nuevo comunicador debe entender profundamente que la comunicación para el cambio social trabaja esencialmente con la cultura y que se requiere de una sensibilidad muy especial para apoyar el proceso de cambio en el Tercer Mundo, que no tiene nada más que su *identidad cultural* a la que aferrarse. Desarrollo y cambio social son posibles en un proceso de intercambios culturales horizontales y respetuosos.
3. El nuevo comunicador debe estar familiarizado con el siguiente concepto: en comunicación para el cambio social *el proceso es más importante que los productos*. En periodismo, los artículos, los documentales de vídeo o los programas de radio son resultados valiosos para un profesional experimentado. Pero en el cambio social y en el desarrollo, el proceso de comunicación *con* la gente y *desde* las comunidades es más importante que los materiales impresos o audiovisuales que puedan surgir de esa dinámica. Es en el proceso de comunicación y participación que se inicia el cambio social.

Gumucio Dagron, Alfonso (1998). "El nuevo comunicador". Ponencia presentada en el seminario Comunicación y Cambio Social organizado por la Fundación Rockefeller. Washington, D. C., agosto. Reproducción autorizada por el autor.

Bibliografía citada

Uphoff, N. (1985). "Fitting Projects to People" en Cernea M. M. (ed.) *Putting People First: Sociological Variables in Rural Development*. Oxford University Press.

White, S. A. (1994). "The Concept of Participation: Transforming Rhetoric to Reality" en White, S. A. y otros *Participatory Communication: Working for Change and Development*. New Delhi, India, Sage Publications.

Saik Yoon, Chin (1996). "Ascendancy of Participatory Approaches" en Bessette, Guy y Rajasunderam, C. V. (eds.) *Participatory Development Communication: A West African Agenda*. Ottawa, Canada, Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID)/Southbound, Penang, Malaysia. Reproducción autorizada por el CIID.

La comunicación participativa como acción comunicativa

Thomas L. Jacobson y Satish Kolluri

El concepto de comunicación participativa es medular para una formulación actual del papel de la comunicación en el desarrollo nacional. El paradigma clásico en este subcampo se centraba mayormente en los procesos de transferencia de información de fuentes del Norte a receptores del Sur (Lerner 1958, Rogers 1962, Schramm, 1964).

El concepto de comunicación participativa se centra, más bien, principalmente en la comunicación entre los miembros de la comunidad local que toman parte en la labor de desarrollo. También se ha utilizado para referirse a la comunicación entre los miembros de una comunidad y los expertos externos, los académicos y el personal de campo, pero en estos casos la transferencia de información se destaca menos, haciéndolo más el proceso de diálogo entre participantes. Aunque el concepto general de comunicación participativa se utiliza cada vez con mayor frecuencia, se utiliza de maneras distintas y se necesita una mayor elaboración teórica.

El trabajo de Freire (1970, 1973) ha sido prominente por su tratamiento de los elementos existenciales, políticos y pedagógicos de la comunicación participativa, y ha sido acogido extensamente en el Tercer Mundo. Sin embargo, no ha derivado en teorías o investigaciones en el Norte, por lo menos no unas que hayan gozado de la aceptación generalizada que tuvo la teoría de la difusión en la era de la modernización.

Aunque pocas veces se ha aplicado en este contexto, la obra de Habermas (1984, 1987) guarda una importancia considerable para la comunicación participativa. Sensible a los valores culturales, el pensamiento de Habermas se remite fuertemente a la hermenéutica filosófica. De una manera paralela a las luchas por la libertad política, su obra es explícitamente democrática. Asimismo, reconoce, con los teóricos de la dependencia y la neodependencia, que los intereses empresariales y públicos no son completamente paralelos. Más importante aún, en el cimiento de su pensamiento yace una teoría de la comunicación. La *teoría de la acción comunicativa* se ha presentado como el aspecto central de la obra posterior de Habermas. Particularmente, esta formulación de la acción comunicativa refleja procesos que se pueden considerar participativos.

En el presente artículo sostenemos que la teoría de la acción comunicativa se puede utilizar para conceptuar la comunicación participativa para el desarrollo. Una serie de elementos de la obra de Habermas se pueden utilizar con este fin. Su análisis de la esfera pública (Habermas 1989) puede formar la base de un análisis de las instituciones mediáticas en la medida en que facilitan la participación democrática a través del discurso público. El tratamiento de Habermas de la colonización del mundo de la vida podría guiar en forma general la investigación en áreas del mundo subjetivo de la vida, en las que el discurso normativo ha sido marginado por el discurso instrumental o teórico.

Aquí nos concentramos en la teoría de la acción comunicativa y examinamos un elemento de esta teoría, la *situación ideal de diálogo*. La situación ideal de diálogo y la acción comunicativa que tipifica subyacen tras el proyecto de Habermas en conjunto, incluido su análisis de la esfera pública y su análisis de la colonización del mundo de la vida. El presente artículo se centra en la comunicación participativa en la interacción entre los receptores y los donantes, o los representantes de los donantes, en el entorno del desarrollo.

Sobre la radio comunitaria

Extracto de *Radios comunitarias: futuro imperfecto*

Rafael Roncagliolo

¿Cuál es el paisaje presente y futuro inmediato? Creo que este paisaje tiene varias características que paso a numerar en forma telegráfica.

En primer lugar hay un hecho absolutamente objetivo, económico y claro. La tecnología es cada vez más barata. Por lo tanto, existe una tendencia a la expansión: crear radios y televisoras comunitarias, por ejemplo, es cada vez más accesible desde el punto de vista de los costos de la tecnología. Este sector es el único de la economía en que los precios de los productos finales bajan, y bajan más que en cualquier otro sector. Sean la antena parabólica, sean estaciones transmisoras, sean computadoras. Es la famosa ley de Moore: el precio del poder de cómputo se divide por dos cada año; es decir que cada año con el mismo dinero puedo comprar el doble de valor del cómputo.

Segundo, la globalización viene acompañada de la necesidad de reafirmación local. Existe el gusto o la costumbre de ver la guerra en vivo y en directo: primero fue la guerra en Vietnam que inspira a McLuhan en la idea de la *global village*, y después fue la guerra en el Oriente Medio, la primera guerra retransmitida en vivo y en directo, que ilustró las ideas de Baudrillard. Pero coexiste con esta perspectiva la necesidad de conocer lo que pasa en la esquina, el chisme del pueblo, de mi provincia de Pacasmayo, por ejemplo, y de mirarse en el espejo.

En tercer lugar hay una modificación sustantiva en el consumo cultural. Consumo cultural en el sentido más amplio. El consumo cultural se había realizado durante toda la modernidad, cada vez más, mediante el tránsito a mercados físicos: el cinematógrafo, el teatro, el local político para la cultura política, la iglesia para la cultura religiosa. Ahora asistimos al reparto de bienes culturales a domicilio, cosa que empezó con la radio, y que se desarrolla aún más con la televisión, con el vídeo y con la comunicación electrónica.

Lo que antes requería transportes, ahora demanda telecomunicaciones. Lo que antes implicaba trasladarse, ahora se puede hacer por teléfono; el traslado físico del individuo está disminuyendo. En estas nuevas condiciones el desafío es cómo desarrollar estos medios comunitarios en este nuevo paisaje cultural.

Creo que el peligro está en una bellísima trilogía que ha desarrollado Régis Debray (1992-2000), el teórico de la guerrilla de Che Guevara en Bolivia en los años setenta y que estuvo preso en Camiri, Bolivia. Después fue asesor del presidente Mitterrand durante muchos años y ahora ha inventado una nueva disciplina que se llama la Mediología. A través de sus libros —principalmente el *Curso de Mediología General* y *Vida y muerte de la imagen*— explica que hay tres estadios en la humanidad, por supuesto dialogando con Comte, porque hay aquí un diálogo entre franceses. Dice Debray que en una primera etapa había súbditos a los cuales se les ordena; después, todo el ideal democrático y de modernidad es la construcción de ciudadanos a los cuales se les convence; y ahora asistimos a un estadio donde no hay súbditos, ni ciudadanos, sino consumidores. Y así como al súbdito se le ordena y al ciudadano se le convence, al consumidor se le seduce. Y si en la época de los súbditos la manera de influir era predicar y en la época de los ciudadanos era publicar, ahora es aparecer. Y si la época de los súbditos era la época del púlpito y la del ciudadano la época del libro, en la época de los consumidores este lugar preferente lo ocupa la televisión. Así hemos pasado de la logoesfera a la grafoesfera y de ésta a la videoesfera.

El desafío político, creo, es no reducir la humanidad de nuestras sociedades a consumidores seducibles por estrellas que aparecen en la televisión. Debe preservarse un espacio para ciudadanos que defienden derechos y que procuran igualdades. Creo que éste es el desafío de los medios comunitarios, para esto se enredan. Me parece que aquí reside la justificación a la necesidad de enredarnos globalmente, porque obviamente se trata de un desafío global.

Bibliografía citada

Debray, Régis (1992-2000). Trilogie *Le temps d'apprendre à vivre*. Paris, Gallimard.

Roncagliolo, Rafael (1988). "Radios comunitarias: futuro-imperfecto". Ponencia presentada en el Congreso de Radio Local. Andalucía, España. Reproducción autorizada por el autor.

En términos generales, se puede considerar que estas relaciones se dan entre las comunidades locales y los agentes externos del desarrollo. Pero nuestro análisis también podría aludir a la comunicación entre los miembros de una comunidad y también entre los agentes de desarrollo. Con fines prácticos, y debido a las restricciones de espacio, aquí no se examinarán los aspectos relacionados con las instituciones de la prensa y una variedad de procesos culturales pertinentes.

En resumen, sostenemos que la situación ideal de diálogo se puede utilizar como marco para definir y evaluar teóricamente la comunicación participativa. La definición consiste en asignar diversos elementos de los procesos de comunicación participativa a sus contrapartes conceptuales en la teoría de la situación ideal de diálogo y, en particular, a una o más «pretensiones de validez». La evaluación consiste en usar las pretensiones de validez como base para juzgar las maneras en que determinadas transacciones comunicativas son, o no, participativas.

El argumento empieza por una reseña de la comunicación participativa en el contexto del desarrollo nacional. Continúa con una introducción a los elementos centrales de la teoría de la acción comunicativa, incluidas las ideas de la colonización del mundo de la vida, la pragmática universal, la situación ideal de diálogo y las pretensiones de validez. La comunicación participativa, tal como se define en el contexto del desarrollo nacional, luego se reformula en función de la acción comunicativa. En la conclusión examinamos una serie de retos que se podrían oponer a dicho análisis y comentamos sobre la pertinencia de la obra de Habermas para la teoría de la comunicación para el desarrollo.

La modernización y la participación

Para empezar, podría ser útil reseñar la comunicación en los marcos participativos y de modernización. Cronológicamente, recordemos la época histórica en la que se formuló la teoría de la modernización. Ésta era, por supuesto, la época del ascenso de Estados Unidos, tras la Segunda Guerra Mundial, como superpotencia militar y fuerza dominante en la economía mundial. Fue una época de rápida evolución en las tecnologías de la comunicación debido al surgimiento generalizado de la televisión y la radio. Y fue la época del apogeo de la teoría científico-social. Las teorías funcionalistas propugnaban explicaciones universalistas de los procesos macrosociales que englobaban el crecimiento de las naciones. En el campo, los científicos tanto duros como suaves se propusieron llevar los beneficios de la investigación al Tercer Mundo para comprobar sus teorías.

El papel asignado a la comunicación en el desarrollo nacional concordaba con estas preocupaciones históricas. La propagación de los medios de masas condujo a un énfasis en sus efectos en el Tercer Mundo, tal como se asocia a la teoría de movilidad psíquica de Lerner (1958). La transferencia de los conocimientos de expertos del Norte al Sur generó el gran interés asignado a la teoría de difusión (Rogers 1963).

Las críticas a la teoría de la modernización fueron numerosas durante las décadas de 1970 y 1980 (Hedebro 1981, Jayaweera y Amunugama 1987, Lerner y Schramm 1976, McAnany y otros 1981, Rogers 1976), y algunas de ellas incluían un llamado a un nuevo tipo de participación popular. Rogers (1983) redefinió el desarrollo de manera general como participativo, considerándolo «un proceso ampliamente participativo de cambio social en la sociedad cuyo propósito es dar lugar al avance social y material para la mayoría de la gente a través de un mayor control de su entorno». Cohen y Uphoff (1980) indicaron una serie de elementos que entrañan participación en un programa de desarrollo: «la participación incluye la participación de las personas en el proceso de toma de decisiones, en la implementación de programas [...] su participación en los beneficios del desarrollo y su participación en la labor de evaluación de dichos programas».

Tilakratna (1987) señaló que la participación no se limita a principios abstractos o simples asignaciones de tareas, sino que también abarca niveles más profundos de comportamiento:

> «La visión del Desarrollo Rural Participativo del desarrollo humano como un proceso de revelar el potencial creativo de las personas incorpora dos elementos centrales interrelacionados, la autosuficiencia y la participación. La promesa subyacente es que éstos son valores humanos fundamentales que se necesita fomentar para que las personas se desarrollen como seres humanos creativos y que los procesos generados objetivamente poseen un afán por liberar estos valores».

Definiciones de la comunicación participativa

En cuanto a la comunicación, el planteamiento participativo ha tendido a destacar los medios pequeños más que los grandes, la comunicación horizontal más que la vertical, la autosuficiencia colectiva más que la dependencia frente a expertos externos, y la acción en lugar de la indagación de orientación teórica. Este planteamiento ha influido en muchos diseños de proyectos y estudios de campo (Berrigan 1979, O'Sullivan-Ryan y Kaplan 1982) y ha conducido a un acervo creciente de teoría e investigación académica (Jacobson 1993, Melkote 1991, Narula y Pearce 1986, Servaes y Arnst 1993, White y otros 1995).

Las definiciones específicas de la comunicación participativa son muy variadas. Se usan diversos adjetivos para caracterizarla: "popular", "participativa", "local", "autónoma" y "emancipadora". Fuglesang y Chandler (1986) sostenían que el «reconocimiento de los intereses en común, la rendición de cuentas y la facilitación de los procesos de toma de decisiones en un entorno común de intereses constituyen una verdadera comunicación y participación». La definición de Ascroft (1987) de la comunicación participativa resaltaba el «intercambio de conocimientos y la creación de una comprensión por los beneficiarios de las intencionalidades de los benefactores».

Según Capriles (citado en Simpson Grinberg 1986), la democratización de la comunicación es la «*conditio sine qua non* de todas las democracias posibles: el diálogo permanente, la participación espontánea y pertinente, jamás arbitraria o condicionada, que genera decisiones colectivas y la socialización de la producción y sus frutos».

Nair y White (1993) definieron, desde una perspectiva transaccional, el *desarrollo participativo* como una interacción dinámica bidireccional entre receptores comunitarios y una fuente de información mediada por los comunicadores del desarrollo. La comunicación participativa se define como: «La apertura del diálogo, donde la fuente y el receptor interactúan continuamente, piensan constructivamente sobre la situación, identifican necesidades y problemas de desarrollo, deciden qué se necesita para mejorar la situación y actúan de acuerdo a ello».

Estas definiciones tienen la virtud de describir a grandes rasgos un nuevo énfasis de la comunicación para el desarrollo en los procesos dialogísticos bidireccionales. Sin embargo sólo se superponen en grados variables, cada una con un enfoque conceptual apenas diferente. Ninguna definición ha sido elaborada sistemáticamente ni ampliamente aceptada.

La teoría de la acción comunicativa

El proyecto teórico general de Habermas supone un intento de comprender el desarrollo histórico de la sociedad humana en el marco de una teoría crítica. Además de la teoría de la acción comunicativa, esto ha producido una teoría de la evolución social, una teoría de la ética y otros tratamientos teóricos de procesos sociales importantes.

Se puede ingresar al sistema de Habermas usando cualquiera de estas teorías como portal. Para los

propósitos de este artículo, es conveniente empezar con un análisis de la colonización del mundo de la vida. Esto presenta la ventaja de facilitar la consideración de la pertinencia de Habermas no sólo para la comunicación participativa, sino también respecto de otros temas de interés en el campo del desarrollo nacional.

El análisis del mundo de la vida se funda en el uso selectivo de la obra de Max Weber, Talcott Parsons, Karl Marx y otros teóricos sociales. De manera similar a como Marx dividió analíticamente la sociedad en una base económica y una superestructura ideológica, Habermas también identifica dos esferas sociales principales: el «sistema» y el «mundo de la vida». Habermas se aparta de Marx, siguiendo a Weber, al sostener que ninguna de estas dos esferas determina a la otra.

La esfera del sistema se refiere en general a las actividades de la economía y la administración. Cada una de estas actividades es tratada como otro subsistema y se conceptualiza, a la manera del pensamiento de Parsons, como un contexto de acción funcionalmente autorreguladora. La esfera del mundo de la vida se refiere a las convicciones de trasfondo compartidas colectivamente, a los "horizontes" presupuestos, preconscientes dentro de los cuales los actores se comunican entre sí. Esto incluye los procesos en los que la tradición, la integración social y la identidad individual se producen y reproducen.

El sistema y el mundo de la vida desempeñan papeles diferenciables en la constitución de la sociedad y, por lo tanto, operan de distinta manera. El mantenimiento del sistema se logra mediante la orientación de la acción humana en torno a los medios, tales como el dinero y el poder. El modo de razonamiento apropiado para dicha acción es instrumental, técnica, y orientada al logro, lo que a veces se llama un razonamiento medios-fines. El mundo de la vida, en cambio, se reproduce a través de otro modo de razonamiento y comprende procesos comunicativos continuos de interpretación y diálogo. En otras palabras, la racionalidad medios-fines empleada en la preservación del sistema no es apropiada para forjar y formar la identidad individual, facilitar la integración social o mantener la tradición cultural. Inversamente, los procesos comunicativos, medulares para el mundo de la vida, no son suficientes en lo que concierne al mantenimiento del sistema.

Aunque Habermas se valió extensamente de Weber y Parsons, recurriendo a ellos para conceptuar la diferenciación de las esferas en la sociedad, se alejó de ellos en un intento por dar cuenta más adecuadamente de las «patologías» sociales o contradicciones que se producen como resultado de la integración imperfecta de las esferas sociales. El diagnóstico de Habermas de la sociedad moderna sostiene que existe un desequilibrio entre el sistema y el mundo de la vida. Es un desequilibrio en el cual la racionalidad del sistema técnico domina al mundo de la vida. A esto se refiere la «colonización del mundo de la vida».

Brevemente, las prioridades y los modos de razonamiento apropiados para los negocios y la administración han marginado y fragmentado los procesos apropiados para el mantenimiento del mundo de la vida. En la esfera moral, la ética se margina de diversas maneras en nombre de la acumulación de capital, la eficiencia, y así sucesivamente. En la esfera estética, la valoración artística es invadida por prioridades comerciales, en la medida en que la expresión artística se ve influida por lo que es comercialmente viable. Al final, hay una deformación de los procesos de integración social, que Habermas analizó en los países del Norte, pero que también podría ser aplicable a los países del Sur.

El análisis de la colonización del mundo de la vida se puede tomar como un análisis crítico de los efectos de la mercantilización y burocratización de la vida cotidiana. Sin embargo, para justificar este análisis se necesita algún tipo de estándar que permita evaluar negativamente la colonización del mundo de la vida. Ése es el papel principal desempeñado por la teoría de la acción comunicativa. ¿Por qué es comunicativo este estándar? Una manera de responder a esto es remitiéndose a la cuestión de la racionalidad. Una evaluación racional de lo que podría ser la vida más deseable, y cómo llegar allí, ha sido eludida por los filósofos. Por lo tanto, sin una base para dicha evaluación racional, los modos de vida técnicos, comerciales y burocráticos no se pueden juzgar como mejores o peores que otros modos de vida.

En términos personales, Habermas alude al credo socrático y afirma que lo deseable es la «búsqueda de la vida buena». Sin embargo, dado que un fundamento filosófico racional que apoye esta postura no es posible, Habermas adoptó un planteamiento procedimental. Sostiene que el conocimiento mediante el cual podemos evaluar "lo bueno" como producto no se puede evaluar racionalmente. Sin embargo, los medios mediante los cuales se produce el conocimiento se pueden considerar racionales. En otras palabras, el conocimiento no es un producto cuya verdad o falsedad se puede evaluar. Pero, en la estructura de las condiciones necesarias para cualquier comunicación, existe una base que permite dar razones respecto de las alegaciones del conocimiento. La «pragmática universal» de la comunicación constituye una forma comunicativa de la racionalidad.

En la elaboración de este planteamiento comunicativo de la razón, Habermas describió con cierto detalle la naturaleza de esta pragmática universal. También diferenció diversas formas de comunicación expresiva, verbal y no verbal. Asimismo, distinguió la comunicación orientada a llegar a un entendimiento de las demás formas de comunicación. Lo hizo principalmente para delinear un programa de investigación y para centrar su propio análisis en la comunicación verbal orientada a llegar a un entendimiento.

Es fundamental la postura de que la comunicación humana ha desarrollado una capacidad que supone la intención de llegar a un entendimiento mutuo. La comunicación manipuladora utiliza formas que violan la presuposición de dicha intención. La intención representada en este sistema se puede resumir en la «situación ideal de diálogo», que consiste en la presunción durante la comunicación de cuatro «pretensiones de validez» (Habermas 1979). Éstas abarcan:

1. Verdad: la veracidad del contenido propositivo en el enunciado del hablante.
2. Corrección: lo apropiado de la afirmación hecha por el hablante en el contexto específico de la situación según las normas culturales.
3. Sinceridad: la autenticidad de las buenas intenciones del hablante en la comunicación.
4. Inteligibilidad: la comprensión de la expresión utilizada.

Se dice que todas las partes de una transacción comunicativa hacen estas pretensiones de validez implícitamente. Y es a través del arbitraje de los desacuerdos sobre estas pretensiones que se hace posible el consenso. Si un oyente cuestiona la validez de una pretensión implícita, él o ella pueden pedir una justificación, lo que puede llevar a un debate mediante el cual se defienda o retire la pretensión. Si un oyente no está seguro de haber entendido algo, podría preguntar: "No sé si he entendido. ¿Podrías repetirlo?". Si el oyente no está seguro de la verdad de una afirmación podría preguntar: "¿Estás seguro? ¿Cómo puede ser así?". Si un oyente se siente insultado de que se le hable de una manera ofensiva según las normas sociales, podría responder pidiéndole al hablante que aclare la posición desde la cual está hablando. Y respecto de la situación comunicativa en conjunto, se presupone que el hablante habla con sinceridad. La falta de sinceridad se puede poner en duda al sugerir: "No lo dices de veras".

En cualquiera de estos casos, la pregunta implica pedir que el hablante defienda una pretensión de validez que normalmente se da por sentada. En el comportamiento cotidiano, esto podría tomar sólo

una pausa momentánea. Como tipo de comunicación, Habermas se refería a ello como la justificación discursiva de las pretensiones de validez, que supone tanto plantear como tema una pretensión de validez como volverla explícitamente un tema de debate.

Esto también abarca la definición de "discurso". Este tipo de discurso ofrece a los interlocutores la oportunidad de fundar la acción en la razón. Dicho de otra manera, implica llegar a un consenso racional mediante la fuerza del mejor argumento. Para lograrse completamente, debe permitir que todos los participantes del debate tengan una «oportunidad distribuida simétricamente» de hacer preguntas con el propósito de determinar la verdad, la corrección y la sinceridad.

Es esta forma específica del discurso la que define la acción comunicativa. Es éste el proceso que Habermas caracterizó como racional y que puede conducir a un conocimiento alrededor del cual es posible orientar legítimamente la acción. «Se refiere [racionalmente] a diversas formas de argumentación como posibilidades de continuar la acción comunicativa con medios reflexivos» (Habermas 1984).

Definida así, la situación ideal de diálogo se puede abordar de dos maneras. En primer lugar, como un análisis de las condiciones previas a toda comunicación. En segundo lugar, como un conjunto de criterios mediante los cuales es posible evaluar la comunicación manipuladora y distorsionada. Habermas (citado en Kemp 1988) señaló:

> «La situación ideal de diálogo no es un fenómeno empírico ni una mera construcción, sino un presupuesto inevitable hecho recíprocamente en el discurso. Este presupuesto puede ser contrafáctico, pero no necesariamente; pero aunque se haga contrafácticamente, es una ficción operativamente eficaz en el proceso de la comunicación. Por lo tanto, prefiero hablar de una expectativa de una situación ideal de diálogo [...] esta expectativa por sí sola es una garantía que nos permite adherir la pretensión de un consenso racional a un consenso efectivamente logrado. Al mismo tiempo, es un parámetro crítico frente al cual se puede cuestionar y verificar todo consenso efectivamente logrado».

Una reconstrucción de la comunicación participativa

El surgimiento de la participación como nuevo planteamiento de la comunicación para el desarrollo ha destacado la importancia de las vivencias subjetivas de las personas a favor de las cuales el desarrollo va supuestamente dirigido. En esta línea de reflexión, las formulaciones de Habermas sobre la situación ideal de diálogo y la acción comunicativa trazan un paralelo con los escritos recientes sobre comunicación participativa. González (1989) sostenía que la situación ideal de diálogo es adecuada para el estudio de las relaciones sociales que se manifiestan en las situaciones de comunicación para el desarrollo. Para llevar este argumento general más allá, repasaremos las definiciones de comunicación participativa presentadas anteriormente y luego interpretaremos cada una específicamente en el marco de las pretensiones de validez.

Fuglesang y Chandler (1986) sugirieron que «el reconocimiento de intereses compartidos, la responsabilidad y la facilitación de los procesos de toma de decisiones en un entorno compartido de intereses, constituye la verdadera comunicación y participación». En términos de las pretensiones de validez, podemos decir que la responsabilidad —o la voluntad de atender al llamado a defender las pretensiones de validez— sugiere sinceridad, al igual que actuar de buena fe. «Un entorno de intereses compartidos» implica, indirectamente, la corrección o propiedad en cuanto a las pretensiones de validez. Sin embargo, las pretensiones de validez relacionadas con la verdad y la inteligibilidad no se abordan.

La definición de comunicación participativa de Ascroft (1987) resalta el «intercambio de conocimientos y la creación de una comprensión, por parte de los beneficiarios, de las intencionalidades de los benefactores». Teóricamente, los términos usados por Ascroft parecen sugerir principalmente la pretensión de validez de la inteligibilidad. Parecen abordar indirectamente la sinceridad e, incluso más indirectamente, la corrección normativa, pero pasan completamente por alto la cuestión de la verdad.

Para Capriles (citado en Simpson Grinberg), la comunicación participativa es «la democratización de la comunicación caracterizada por el diálogo permanente y una participación que nunca es arbitraria ni condicionada, y por la toma de decisiones colectivas». Esta definición refleja su comprensión intuitiva de la situación ideal del diálogo, salvo que en el caso del diálogo ideal sí existe una forma de condicionalidad: esta condicionalidad es la necesidad implícita de justificación de las pretensiones de validez, en ambas direcciones.

Regresando a Nair y White, su reconceptuación de la comunicación participativa en la forma de una «perspectiva transaccional» requiere «la apertura del diálogo, donde la fuente y el receptor interactúan continuamente, piensan constructivamente sobre la situación, identifican necesidades y problemas de desarrollo, deciden qué se necesita para mejorar la situación y actúan de acuerdo a ello». El término "diálogo" y el énfasis concomitante en la cooperación sugieren el espíritu práctico de la acción comunicativa, pero no ofrecen un marco para explicar específicamente qué es lo que constituye el diálogo y cómo se puede evaluar como proceso de comunicación.

Este ejercicio demuestra que las definiciones de comunicación participativa se superponen considerablemente con el proceso de comunicación tratado en el marco del diálogo ideal. Cada una de ellas representa una o más de las pretensiones de validez. En otras palabras, se puede interpretar que según cada una de estas definiciones especificas, para que la comunicación sea participativa, es necesario que se desafíe una o más de las pretensiones de validez. Al mismo tiempo, este ejercicio indica que las definiciones existentes subespecifican la situación participativa. Ninguna de ellas identifica explícitamente las cuatro pretensiones de validez, aunque la mayoría de las definiciones parecen reflejar el espíritu de la situación ideal de diálogo.

Esto sugiere que la acción comunicativa podría servir de conceptuación para la comunicación participativa, para fines tanto teóricos como prácticos. Para los primeros, la teoría de la acción comunicativa es integral. Es clara y sistemática, y se articula en un sistema teórico más amplio.

Formulación y evaluación de programas

A nivel práctico, la situación ideal de diálogo ofrece un parámetro a partir del cual evaluar las situaciones comunicativas prácticas. Forester (1988) abogaba por un «giro aplicado» basado en la teoría de la acción comunicativa y lo ilustró en el campo de la planificación urbana. La aplicación se lleva a cabo reformulando las pretensiones de validez en forma de preguntas pertinentes a las deliberaciones sobre las políticas. Un proceso similar se podría usar en la participación comunitaria en contextos de desarrollo nacional.

Consideremos una evaluación hipotética de un programa en relación con la interacción entre los expertos o agentes de extensión foráneos y una persona o un grupo perteneciente a la población local. Las preguntas son:

1. ¿Es correcta la comunicación del comunicador; es decir, está la información ofrecida libre de distorsiones y confiable? (Verdad).
2. ¿Es legítimo el papel del comunicador, dado su papel y la participación de otras partes interesadas, tales como grupos sociales, organismos y naciones, en el proceso de desarrollo? (Corrección).
3. ¿Se ofrece la comunicación sinceramente, de buena fe, sin ser manipuladora, de parte tanto

de la persona como de cualquier organización de la cual provenga la persona? (Sinceridad).

4. ¿Es la comunicación del comunicador comprensible para los demás; es decir, se está tomando en cuenta adecuadamente el idioma, los factores culturales y el diseño del mensaje? (Inteligibilidad).

En la tradición de la investigación participativa, una respuesta negativa a cualquiera de estas preguntas requeriría un ajuste de las relaciones interpersonales para que de algún modo reflejen más plenamente los deseos o interrogantes locales. En términos teóricos, los foráneos deben, como mínimo, asignar una alta prioridad a la sensibilidad hacia las preguntas locales, e invitar a hacer impugnaciones a cualquiera de las pretensiones de validez. Como procedimiento de campo, podrían plantear como tema las pretensiones de validez mismas, una por una. Evidentemente, habrá ocasiones en que los locales consciente o inconscientemente incumplan con las pretensiones de validez, y en esos casos los foráneos podrían impugnar una pretensión de validez.

El uso de las pretensiones de validez como base para preguntas de evaluación se puede ilustrar con un proyecto como ejemplo. Nuevamente, los objetivos y afirmaciones empleados en el proyecto se pueden interpretar en el marco de la acción comunicativa. En una región agrícola y económicamente subdesarrollada del oeste rural de la India, una organización no gubernamental, junto con investigadores foráneos, llevaron a cabo varios talleres de investigación participativa. Estos talleres se concentraron en los intentos de organizar a los agricultores para afrontar los problemas locales en sus comunidades (Tandon y Brown 1981). En talleres anteriores se había adoptado el planteamiento difusionista para diseminar información relativa a nuevas prácticas agrícolas entre los líderes de los grupos de agricultores de la comunidad. Se había producido relativamente poco cambio en el nivel y la calidad de la producción, lo que había conducido a una ausencia de iniciativa por parte de los agricultores. La diferencia entre las intenciones de los benefactores y la comprensión de los beneficiarios se hizo evidente.

Un taller de investigación participativa corrigió la falla al resaltar entre sus principios de capacitación el de «elevar la conciencia de los participantes, mejorar sus destrezas y bases de información, y desarrollar su habilidad de funcionar eficazmente como grupo» (Tandon y Brown). El diseño y la implementación del proyecto asumieron explícitamente los siguientes objetivos procedimentales:

1. Hablar con los participantes sobre su situación.
2. Enfatizar la vivencia concreta de los participantes como centro del análisis y la acción.
3. Crear un entorno psicológicamente seguro.
4. Desarrollar las capacidades de los grupos en lugar de las de los individuos.
5. Formular pasos concretos, comprendidos cabalmente, valorados por los participantes y posibles de lograrse en forma realista.

La interacción resultante entre la población local y los investigadores foráneos logró una comprensión mejor de los problemas y fomentó la deliberación en torno a soluciones posibles a los problemas locales.

Esta labor se realizó sin ninguna referencia a la teoría de la acción comunicativa. No obstante, se hizo mediante un proceso en el que se intentaba asegurar que en cualquier momento podría requerirse una justificación de las pretensiones de validez. «Crear un entorno psicológicamente seguro» es una frase bastante nebulosa y general, pero sugiere —porque los investigadores demostraban interés en la participación de los pobladores— sinceridad y corrección en cuanto a las pretensiones de validez. La comunicación de los investigadores se presentaba de buena fe, sin manipulación. Los investigadores abordaron los problemas locales en términos locales, lo cual probablemente optimizaba la comprensión y, más aún, legitimaba su propia sinceridad y la vivencia concreta de la población. En resumen, los supuestos

del diseño y la implementación del proyecto de investigación empleaban la comunicación participativa o, en frase de Habermas, la acción comunicativa.

Este ejemplo ilustra cómo los enunciados y las evaluaciones de un proyecto contienen lineamientos operacionales y de metas que deberían, en el caso de la comunicación participativa, reflejar condiciones ideales de diálogo. La importancia de las pretensiones de validez específicas variará de un caso a otro. La teoría de la acción comunicativa especifica que las cuatro pretensiones de validez siempre están implícitas en la comunicación. Sin embargo, una o más de ellas podrían ser más problemáticas en una situación dada, y una o más de ellas podrían necesitar más justificación.

Suponiendo que la acción comunicativa es una conceptuación productiva de la comunicación participativa, entonces emplear las pretensiones de validez explícitamente en el trabajo de campo está a sólo un paso. No hay espacio aquí para explorar dicha posibilidad en más detalle, pero la manera de hacerlo parece clara. Las pretensiones de validez se utilizarían como lineamientos. Respecto de un proyecto dado, cada pretensión de validez podría constituir un referente para el debate, la planificación o la evaluación de la interacción. En un proyecto dado, una pretensión de validez podría ser más problemática que las otras, y no es necesario que se asigne igual peso a las cuatro.

Conclusión

Lo que se denomina el fin de la modernización condujo al surgimiento de muchos paradigmas que, a lo largo de los años, constituyeron el campo de los estudios de desarrollo en Occidente y el Tercer Mundo. La participación, como planteamiento de la posmodernización, es uno de ellos. Aunque la participación no ha asumido la condición de teoría de pleno derecho, ha logrado expresar un planteamiento filosófico distinto del problema del llamado subdesarrollo. La comunicación participativa es emblemática de este nuevo planteamiento, en tanto se ha demostrado que la comunicación dialogística es una parte importante del desarrollo. A la vez, no se puede evitar advertir la diversidad de significados, connotaciones y condicionalidades asignados al concepto de participación. Por lo tanto, el análisis anterior recurre a la teoría de la acción comunicativa de Habermas como marco conceptual para reconstruir y sistematizar el concepto de comunicación participativa.

Se debe señalar que los ejemplos utilizados aquí no parecen agotar las situaciones comunicacionales a las que se podrían aplicar las pretensiones de validez. Nos hemos concentrado en la interacción entre foráneos y locales. Como ejemplo adicional, la acción comunicativa es el *modus operandi* explícito en las asambleas comunitarias donde los objetivos locales son colectivamente discutidos y elaborados. Las pretensiones de validez proporcionarían la base para la evaluación de las interacciones comunicativas entre diferentes individuos o intereses de poder al interior de un grupo comunitario. La acción comunicativa es también el *modus operandi* del mercadeo social, debido a su intento explícito de evaluar las necesidades locales y comunicar de vuelta conocimientos sobre las opciones disponibles que pueden satisfacer las necesidades locales. Por lo tanto, la evaluación de los programas de mercadeo social podría estructurarse sobre la base de las pretensiones de validez.

Para cerrar, se debe plantear la serie de dificultades que implica utilizar a Habermas en el campo de la comunicación para el desarrollo nacional. En primer lugar, su obra no se cruza con ninguna escuela particular de pensamiento contemporáneo sobre los procesos de desarrollo nacional. Por ejemplo, su teoría de la historia es lineal, lo cual sugiere afinidades con la teoría de la modernización y no con la marcha ordenada hacia la riqueza y el modernismo como parecen plantear escritores como W. W. Rostov (1952), pero sí implica etapas.

Pasando a un tema relacionado, el pensamiento de Habermas parece incluir una especie de universalismo cultural. Sostiene que algunas formaciones sociales encarnadas en los valores de la Ilustración del siglo XVIII son superiores a las organizadas en torno a marcos de valores religiosos o míticos. La sensibilidad cultural toma para muchos teóricos hoy la forma de un relativismo que sostiene que todas las formas sociales son de valor equivalente. Es común un escepticismo extremo sobre las universalizaciones de cualquier tipo (Escobar 1995, Spivak 1987). Por restricciones de espacio no es posible hacer aquí una evaluación de estos temas pero, desde la perspectiva de algunos analistas, la obra de Habermas parecería remitirse demasiado a los valores posmodernistas de la Ilustración.

Por otro lado, la teoría de la acción comunicativa tiene el propósito de contener el cimiento de una «teoría crítica». Este aspecto de la obra de Habermas concuerda menos favorablemente con la teoría de la modernización. Por ejemplo, la colonización del mundo de la vida podría ser adecuada para conceptuar el imperialismo cultural.

Algunos retos adicionales presentados por Habermas no se deben a escuelas de pensamiento sobre la teoría del desarrollo, sino que más bien reflejan críticas comunes a la teoría de Habermas en general. Una es la acusación común de idealismo. La situación ideal de diálogo se considera poco realista, porque una parte considerable de la comunicación no está dirigida a intentos de llegar a un entendimiento. La condición de engaño es, por supuesto, reconocida ampliamente por Habermas, y se prevé en tanto que la situación ideal de diálogo no dice nada respecto de las intenciones de llegar a un acuerdo o de ser honesto. Se refiere a las condiciones para la comunicación, simple y llana, de cualquier tipo, incluidos los intentos de engañar. Por lo tanto, Habermas especificó diversas formas de acción. La «acción estratégica» tiene el objeto de lograr una meta sin consideración alguna por el bienestar de los interlocutores, y podría conllevar el engaño. La «acción comunicativa» se reserva para la acción cuya meta está expresamente dirigida a lograr un entendimiento.

Estos retos, tanto los relacionados con la teoría del desarrollo como los más generales, no pueden ser abordados aquí. Intentamos principalmente esbozar un planteamiento de acción comunicativa para el estudio de la comunicación participativa. Los detalles y argumentos en contra quedarán para un futuro. Por ahora, la pregunta es si los teóricos de la comunicación participativa no pueden encontrar en la teoría de Habermas algo más que un espíritu crítico amigable. En realidad, el núcleo de la obra de Habermas trata sobre la comunicación participativa.

Bibliografía citada

Ascroft, J. (1987). "Communication in support of development: Lessons from theory and practice". Ponencia presentada en el seminario *La comunicación y el cambio: Una agenda para la nueva era de la comunicación*. Honolulu, East-West Center, University of Hawaii.

Berrigan, F. (1979). "Community communications: The role of community media in development" en *Reports and Chapters on Mass Communication*, Vol. 90. Paris, UNESCO.

Cohen, J. M. y Uphoff, N. T. (1980). "Participation's Place in Rural Development: Seeking Clarity through Specificity" en *World Development*, Vol. 8.

Escobar, A. (1995). *Encountering development: The making and unmaking of the Third World*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Forester, J. (1988). "Introduction: The applied turn in contemporary critical theory" en Forester, J. (ed.) *Critical theory and public life*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. New York, Continuum.

Freire, P. (1973). *Education for critical consciousness*. New York, Continuum.

Fuglesang, A, y Chandler, D. (1986). "The Open Snuff-Box: Communication as Participation" en *Media Development*, 2.

González, H. (1989). "Interactivity and Feedback in Third World Development Campaigns" en *Critical Studies in Mass Communication*, 6.

Habermas, J. (1979). *Communication and the Evolution of Society*. Boston, Beacon.

Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action. Vol. 1: Reason and the rationalization of society*. Boston, Beacon.

Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action. Vol. 2: A critique of functionalist reason*. Boston, Beacon.

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of The Public Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

Hedebro, G. A. (1981). *Communication and Social Change in Developing Nations: A Critical View*. Ames, Iowa State University Press.

Horster, D. (1979). *Habermas: An Introduction*. Philadelphia, Pennbridge.

Jacobson, T. L. (1993). A pragmatist account of participatory communication research for national development" en *Communication Theory*, 3.

Jayaweera, N. y Amunagama, S. (1987). *Rethinking Development Communication*. Singapore, Asian Mass Communication Research and Information Centre.

Kemp, R. (1988). "Planning, public hearings, and the politics of discourse" en Forester, J. (ed.) *Critical theory and Public Life*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society*. Glencoe, Illinois, The Free Press.

Lerner, D. y Schramm, W. (1976). *Communication and Change: The last ten years and the next*. Honolulu, University of Hawaii Press.

McAnany, E. G.; Schnitman, J. y Janus, N. (1981). *Communication and Social Structure: Critical studies in mass media research*. New York, Praeger.

Melkote, S. R. (1991). *Communication for Development in the Third World: Theory and practice*. Newbury Park, California, Sage.

Nair, K. S. y White, S. A. (1993). "The Development Communication Process: A Reconceptualization" en Nair, K. S. y White, S. A. (eds.) *Perspectives in Development Communication*. New Delhi, Sage.

Narula, U. y Pearce, B. (1986). *Development as Communication: A Perspective on India*. Carbondale, Southern Illinois Press.

O'Sullivan-Ryan, J. y Kaplan, M. (1982). "Communication methods to promote grass-roots participation" en *Communication and Society*, 6.

Rogers, E. M. (1963). *Diffusion of Innovations*. Glencoe, Illinois: The Free Press.

Rogers, E. M. (1976). "Communication and development: The passing of the dominant paradigm" en *Communication Research*, 3.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. New York, The Free Press.

Rostow, W. W. (1952). *The Process of Economic Growth*. New York, Norton.

Schramm, W. (1964). *Mass Media and National Development. The Role of Information in the Developing Countries*. Stanford, California, Stanford University Press.

Servaes, J. y Arnst, R. (1993). "Participatory communication for social change: Reasons for optimism in the year 2000" en *Development Communication Report*, 79.

Simpson Grinberg, M. (1986). "Trends in alternative communication research in Latin America" en Atwood, R. y McAnany, E. G. (eds.) *Communication and Latin American society: Trends in critical research, 1960–1985*. Madison, University of Wisconsin Press.

Spivak, G. (1987). *In other worlds: Essays in Cultural Politics*. New York, Methuen.

Tandon, R. y Brown, D. L. (1981). "Organization-building for rural development: An experiment in India" en *Journal of Applied Behavioral Science*, 17.

Tilakratna, S. (1987). *The Animator in Participatory Rural Development: Concept and Practice*. Geneva, World Employment Programme, International Labour Organization (ILO).

White, S.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (1995). *Participation: A key concept in development communication*. New Delhi, Sage.

Jacobson, Thomas L. y Kolluri, Satish (1999). "Participatory Communication as Communicative Action" en Jacobson, Thomas y Servaes, J. (eds.) *Theoretical Approaches to Participatory Communication*. Cresskill, New Jersey, IAMCR, Hampton Press, Inc. Reproducción autorizada por la editorial.

Extracto de

Si la comunicación comunitaria es la respuesta, ¿cuál es la pregunta?

Alfred E. Opubor

La idea de comunidad ha sido problemática para los africanos en el periodo poscolonial. Desde la política y la economía de la construcción de naciones se han hecho intentos por construir sociedades de base amplia, con autoridad y poder político centralizado e instituciones homogéneas a fin de poner el acento en lo común e incorporar a las distintas culturas para formar la "unidad nacional". Con ello se buscaba mitigar las diferencias, ignorar las particularidades y las especificidades y minimizar, e incluso prohibir, cualquier tendencia que fuera a cuestionar la ortodoxia política, incluyendo el disenso o la opinión minoritaria. Desde la década de 1980 también se ha intentado crear instituciones que escapan al Estado-nación, utilizando el concepto de "comunidad" en un sentido amplio. Aunque no perduró la Comunidad Oriental Africana, la Comunidad Económica de los Estados Africanos Occidentales (ECOWAS por su sigla en inglés) tiene ya más de un cuarto de siglo. La Comunidad Sudafricana para el Desarrollo (SADC por su sigla en inglés) se está acercando a su segunda década, y se viene hablando de una Comunidad Económica Africana para el siglo XXI. Todos estos procesos de incorporación, de construcción de unidades políticas y económicas cada vez mayores, han tendido a dejar de lado las ideas, opiniones y contribuciones directas de la mayoría de nuestros ciudadanos, incluso en los países donde supuestamente eran "libres" para expresarse sobre tales asuntos.

Sin embargo, éstas son épocas realmente interesantes y contradictorias. La mayor parte del tiempo la "gente" parece haber consentido en las decisiones tomadas en su nombre por sus gobiernos y demás líderes. Aun así, de cuando en cuando han brotado claras declaraciones de desacuerdo o disenso, muchas veces como reacciones violentas a las instrucciones u órdenes centralizadas. Muchas de las diferencias y especificidades que los creadores de naciones deseaban hacer desaparecer parecen perdurar; perduran en los lugares en los que se encuentra a las personas, donde viven sus vidas diarias, en sus comunidades. Muchos africanos no sienten que viven en su nación, pero saben que viven en sus comunidades. Es allí, en las comunidades, donde quieren encontrar trabajo, criar a sus familias, curar a sus enfermos, envejecer, morir y ser sepultados. En las zonas rurales mucha gente se ha visto obligada a migrar desde sus comunidades originales y buscar trabajo, educación y fortuna en otro lugar, y tratar de incorporarse a las nuevas comunidades urbanas. E incluso entonces, muchas veces migran de un vecindario a otro en las ciudades donde se encuentran.

Por ello, al relacionar a la comunidad con los medios para debatir sobre los medios comunitarios, es importante no marginar a la "comunidad" en favor de los "medios". Esta temática da lugar a la interrogante de si la comunicación comunitaria es la respuesta, ¿cuál es la pregunta?

Éste probablemente no es el momento para las definiciones. A principios del siglo XXI todos creemos saber qué son los "medios comunitarios". Por cierto, con la popularización de las radios, periódicos, revistas y boletines comunitarios todos conocemos los "medios comunitarios". ¿O es que realmente no sabemos? Lo primordial al debatir los medios comunitarios es entender la naturaleza de las comunidades que subyacen tras su uso, acceso y titularidad.

Hoy en día, el concepto de comunidad no tiene una marcada connotación geográfica, por lo que es posible hablar de realidades y comunidades "virtuales". Pese a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, la "comunidad" aún mantiene una fuerte referencia física a personas con cierta proximidad geográfica, y un contacto frecuente o incluso continuo. Se trata de personas que comparten ciertos atributos culturales y tienen acceso a ciertas fuentes de organización social e instituciones comunes, lo que da lugar a creencias básicas en común.

Entre otras cosas, una comunidad humana se basa en el intercambio de iniciativas, información y significados en el proceso de definir, crear y mantener una identidad y unos intereses de grupo para sobrevivir en un espacio geográfico y/o cultural especificable. Así, una comunidad crea, y es creada, por un

Diglosia en los medios de comunicación

Extracto de *Lenguas indígenas y medios de comunicación*

Xavier Albó

Actualmente uno de los instrumentos más poderosos para normar, cambiar o consolidar los hábitos lingüísticos de la población son los medios masivos de comunicación. Reflejan la presión ambiental global con más fuerza e insistencia que el ambiente más cerrado de la escuela para los niños. Son parte del paisaje, en lo más íntimo de cada hogar, y a través de ellos se moldean valores y actitudes, como una lluvia fina y continua que —para bien o para mal— acaba penetrando todos los poros del ser.

En ellos la presencia de una u otra lengua, o varias a la vez, además de su función más obvia de comunicación o transmisión eficaz de determinados mensajes explícitos, cumple una importante función expresiva tal vez sólo implícita. Para los pueblos indígenas que hablan una lengua de bajo prestigio social, encontrarla en los medios de comunicación les hace crecer en su propia autoestima, a menos que su lengua sólo aparezca (como en el pasado) en un contexto delincuencial o para producir efectos cómicos, con connotaciones despectivas. También quienes pertenecen a los grupos dominantes, si la van oyendo en contextos agradables, pueden acabar por aceptar inconscientemente que son parte de una sociedad plural. Así, ha llegado a aceptarse ya en algunos países la música autóctona, escuchada una y otra vez por las clases altas en su propio domicilio, desde la radio de la cocinera.

Por eso, la tarea de fortalecer las lenguas indígenas y, a través de ellas, nuestras propias identidades en el conjunto nacional, debe pasar también por los medios de comunicación. Estar presentes en ellos puede modificar notablemente algunas actitudes tanto de los indígenas como del resto de la población. Estar absolutamente ausentes, acelerará la muerte de lenguas y culturas subordinadas.

Durante muchos años los medios masivos de comunicación estuvieron restringidos a sólo la lengua y cultura dominante. Hasta los años 50 no se percibía que las culturas originarias se comunicaran y expresaran habitualmente en esos medios modernos, salvo para fines y comunicados muy puntuales, sobre todo cuando ocurría alguna perturbación social; las informaciones eran casi siempre un mensaje de blancos a blancos. Pero en épocas más recientes ha habido un cambio parcial en aquel enfoque excluyente. Se han logrado abrir significativos boquetes en el uso de las lenguas originarias, sobre todo en la radio. Aunque mucho menos masivo y permanente, es también digno de mención lo conseguido en cine y vídeo. La TV sigue mucho más reacia, aunque empiezan a haber algunos indicios de que también allí se pueden abrir brechas. La prensa diaria de difusión masiva es hasta ahora la más impenetrable. Es decir, hay cierta diglosia entre los varios medios de comunicación.

Albó, Xavier (1999). "Lenguas indígenas y medios de comunicación". De este artículo resume y adapta parte de un texto más amplio presentado al II Congreso Internacional de Educación Intercultural Bilingüe (EIB). Santa Cruz, Bolivia, diciembre de 1996. Reproducción autorizada por el autor.

sistema de comunicación comunitaria, que incluye los diversos papeles comunicativos (y sus actores/intérpretes), necesidades y recursos disponibles para los individuos y subgrupos que conforman la comunidad.

Los medios comunitarios deben ser vistos, entonces, como elementos de un sistema de comunicación comunitaria. Éstos sirven como herramientas para el desempeño de papeles y la utilización de recursos, y para responder a las necesidades de comunicación de los individuos e instituciones dentro de la comunidad. Estas necesidades son diversas y frecuentemente requieren diferentes modalidades de expresión y satisfacción. Por ello, es dentro del marco del sistema de comunicación comunitaria que sus medios deben ser identificados y creados. Es posible que se descubra que los medios apropiados no tienen un solo canal, sino múltiples, y que los medios comunitarios deben, para ser realistas, ser multimedia.

Lecciones aprendidas

En el siglo veinte los enfoques del desarrollo mediático comunitario han estado dominados por definiciones exógenas de las comunidades y por la imposición de soluciones estrechas, y basadas en los medios, a los problemas culturales, de comunicación y de supervivencia que aquellas enfrentan. Por ejemplo, [aquí] el objetivo general se enmarca en el contexto de varias actividades y proyectos iniciados por la UNESCO y otras agencias de la ONU, así como muchas ONG internacionales y organismos donantes para asistir y desarrollar los medios que brindan a diversos grupos sociales —particularmente los más aislados y desaventajados— la oportunidad de participar en estrategias de desarrollo y tener acceso a recursos comunicativos al nivel local (UNESCO 1999). Motivados por nobles intenciones de compartir los beneficios del "desarrollo" y, más recientemente, de promover el desarrollo local y de incrementar la titularidad local de los productos del desarrollo a través del "empoderamiento" y la "participación", muchas veces estas "actividades e iniciativas" no se han basado en fundamentos teóricos o prácticos que se desprendan de la perspectiva de un sistema de comunicación comunitaria.

Sus insuficiencias demuestran la necesidad de que las intervenciones se basen en una estrategia de comunicación comunitaria. Oepen (1990) sugirió hace una década que la comunicación comunitaria

> «es un proceso de interacción e integración social horizontal y vertical a través de medios habitualmente producidos, dirigidos y controlados por las personas a nivel comunitario, o en estrecha colaboración entre ellas, y otros niveles de la sociedad que comparten un compromiso sociopolítico con una sociedad democrática de poderes contrapuestos. Mientras las personas participan en este proceso como planificadores, productores e intérpretes, los medios se convierten en herramientas de información, educación y entretenimiento, que también llevan a la gente desaventajada y marginada a pensar y hablar por sí misma, en vez de ser un ejercicio de persuasión o poder. En este proceso, los puntos de entrada para las intervenciones de la comunicación tienen que provenir de los métodos de aprendizaje, expresiones culturales y medios de comunicación de la comunidad».

Por lo general, los medios comunitarios creados en el siglo veinte han sido medios de una sola vía, que responden a orientaciones técnicas e instrumentales, que prefieren el *hardware* al *software* y que ponen el acento en la técnica en desmedro del proceso. Usualmente, su impacto se ha evaluado en relación con el logro de "mejoras" estandarizadas en áreas objetivo como la agricultura, salud, población, alfabetización y reducción de la pobreza. Sin embargo, dentro de estos métodos, una serie de experiencias han brindado lecciones que deben contribuir al desarrollo de una estrategia de comunicación comunitaria en el futuro, una que esperamos sea más sensible a las necesidades de un sistema estratégico de comunicación que sea específico del contexto de las comunidades afectadas y, con ello, que posiblemente resulte en la creación de una "multimedia comunitaria". La lista de "funciones" que según Oepen deben ser atribuidas a los medios comunitarios «independientemente del tipo de medio o el tipo de personas implicadas» proporciona una base útil para el desarrollo de esta estrategia.

¿La comunidad de quién? ¿Los medios de quién?

Para avanzar hacia el futuro con una nueva agenda es necesario plantear nuevas preguntas que podrán llevar a nuevas respuestas o encontrar nuevas respuestas a preguntas anteriores. Pero, sin duda, ya no se necesita de las respuestas antiguas para las nuevas preguntas ya que parecen estar un tanto desacreditadas. Más bien, una aproximación al desarrollo de medios comunitarios desde un sistema de comunicación comunitaria debe basarse en una comprensión básica de la naturaleza y las necesidades de la comunidad en términos comunicativos. Una encuesta de evaluación de necesidades debe tratar de contestar por lo menos las siguientes preguntas:

1. ¿Qué información se necesita para definir los parámetros y detalles del sistema de comunicación de la comunidad? ¿Qué componentes requieren especial atención? ¿Por qué?
2. ¿Cómo se determinan?
3. ¿Qué medios tiene ya la comunidad?
4. ¿Qué medios quiere?
5. ¿Qué medios necesita?
6. ¿Qué medios puede solventar?
7. ¿Qué vías o combinaciones de medios podrían satisfacer las necesidades de la comunidad?
8. ¿Quién puede poner qué medios a su disposición, a qué precio y con qué fin?

Realizar una evaluación del sistema de comunicación de una comunidad a través de una metodología participativa de "etnografía de la comunicación", debe proporcionar las respuestas para las primeras seis preguntas. Las últimas dos deberían abarcar los debates entre la comunidad y los socios externos que estén interesados en proporcionar recursos mediáticos comunitarios para satisfacer las prioridades establecidas. Sea para una comunidad físicamente contigua o una que refleje un grupo comunal disperso con características e intereses comunes, estas preguntas aún son válidas y pueden brindar información necesaria. En este tipo de proceso la investigación participativa es un primer paso importante en la decisión de si se requieren medios adicionales para satisfacer las necesidades del sistema de comunicación comunitaria, y cuáles son esos medios. Esto podría llevar a resultados muy distintos de los que genera la situación usual en que donantes y ONG proponen una estación de radio, instalaciones de vídeo, una imprenta rural o instalaciones de autoedición o internet para una comunidad, porque estas instalaciones encajan con sus programas de desarrollo de medios comunitarios.

Podría ocurrir que esa comunidad considere que requiere más de una o incluso todas estas instalaciones para resolver problemas contextuales de desarrollo y específicos de su sistema de comunicación. La comunidad y sus socios externos podrían entonces llevar a cabo un proceso de priorización para determinar cómo satisfacer estas necesidades y posiblemente incluir a otros socios que puedan aportar algunos de los medios requeridos. En el caso de que se requiera un teatro participativo, por ejemplo, la necesidad estratégica será ver cómo facilitar que se lleven a cabo funciones en ciertas áreas de la comunidad.

También podría ocurrir que se identifique que el área que necesita trabajo es la de las representaciones teatrales ya existentes, haciéndolas más efectivas a través de un programa de teatro radial regular que vendría a ser el insumo comunicativo comunitario que el sistema de comunicación de la comunidad realmente necesitaba. Estas respuestas no siempre son obvias sin un proceso consultivo y el análisis pertinente. Los siguientes pasos en este proceso —y un posible resultado de la investigación etnográfi-

ca para la comunicación— serían varios escenarios estratégicos para desarrollar el sistema de comunicación de la comunidad. Una investigación atenta normalmente revela que una comunidad no es necesariamente homogénea en cuanto a sus intereses y puntos de vista. Podría ser importante preguntarse entonces cómo hacer que los medios sean más inclusivos mediante oportunidades más diversas para la comunicación comunitaria. Esto podría suponer la intervención en algunos de los componentes del sistema de comunicación, incluidos los medios. Algunas de las consideraciones no mediáticas podrían incluir, por ejemplo, la idea de incorporar nuevas voces a la comunicación comunitaria a través de una participación más activa de las mujeres y los ancianos. Esto se haría sin crear nuevas herramientas o canales de comunicación, sino proporcionando acceso a nuevas fuentes de información dentro de los canales que ya existen. Nuevamente, podría ser necesario reconocer y utilizar canales de comunicación que se adapten mejor a los intereses de los grupos a cuyas necesidades se dirigen estas actividades.

En *The Myth of Community*, Gujit y Shah (1998) demostraron que los modelos de desarrollo participativo han utilizado procesos defectuosos y herramientas inadecuadas desde la perspectiva del análisis de género y del manejo de los temas y diferencias de género dentro de las comunidades. Su insistencia en que los métodos e invenciones participativas pueden llevar a ocultar los intereses de las mujeres es una *advertencia* saludable que resalta la necesidad de una investigación contextual específica. De hecho, el desarrollo de los medios comunitarios debe basarse en una estrategia de comunicación comunitaria que debe buscar respuestas a las necesidades y objetivos comunicacionales que ha planteado la comunidad.

Muchos de los proyectos que se han llevado a cabo para crear medios comunitarios sí han realizado investigaciones para determinar cuáles deben ser los diversos aspectos y operaciones de los medios que se implementarán. Tales estudios suelen tener un extenso trasfondo sociocultural y económico, frecuentemente asociado a un "problema" de desarrollo que se busca resolver. Sin embargo, no suelen indagar a profundidad el perfil o las comunicaciones de la comunidad, que deberían ser la base de la elección de los medios operativos desde un punto de vista exógeno.

Hasta el momento, el argumento ha sido que la elección de los medios es una variable que debe ser determinada con la comunidad, en vez de predeterminada por intereses y prioridades externas, independientemente de las buenas intenciones que las sustenten. Podría ser útil aclarar si los medios comunitarios son medios en el sentido clásico o si son técnicas y tecnologías para responder a las necesidades comunicativas de una comunidad.

Ejes a futuro

La implementación y expansión de los medios comunitarios en los países africanos aún se enfrentan a una serie de problemas que tendrán que ser abordados en el siglo XXI. Por ello, hay varias áreas problemáticas que deben ser tomadas en cuenta, entre ellas la regulación, las políticas, la investigación, la capacitación y la sostenibilidad.

La cuestión de las políticas

Los medios comunitarios son dirigidos de acuerdo al entorno general de las políticas de comunicación/medios predominante en cada país. Aunque se ha incrementado el número de países que están a favor de una pluralidad en los medios de comunicación y que, por lo tanto, son más receptivos a las nuevas iniciativas —entre ellas las nuevas iniciativas a nivel comunitario— aún hay incertidumbre sobre la situación normativa y legal de muchas de ellas y de las tecnologías que las impulsan.

En Mozambique, por ejemplo, donde el monopolio estatal ha sido abolido, hay un debate continuo en

el entorno mediático liberalizado sobre la naturaleza de las estaciones de radio comunitarias y cómo deben ser implementadas y operadas. Las estaciones de radio fundadas por el *Instituto de Comunicação Social* —con recursos del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA)— en Xai-Xai y Licunga, son llamadas radios "comunitarias". No queda claro, sin embargo, si son algo más que estaciones que cubren una zona geográfica alrededor de estos pueblos. ¿En qué sentido son estaciones "comunitarias" y no "locales"? ¿Es porque son no gubernamentales? ¿En qué sentido son "de" la comunidad? La Radio Xai-Xai, creada en 1995, fue la primera estación comunitaria que se fundó tras la liberalización de las ondas radiofónicas en 1990, a partir de lo que, en teoría, era permitido que cualquier radio transmitiera. Fue entonces la primera estación de radio independiente del monopolio estatal que se ejercía sobre la radiodifusión hasta ese momento. Tiene dos comités comunitarios: uno para la administración y otro para la programación. Algunos miembros de los comités trabajan en la estación casi a diario. Se entiende que la estación es un guardián de la información transferida a la comunidad y que ésta debe ser capacitada para que controle la estación. Estas ideas deben ser traducidas a pautas operativas. Queda por verse hasta qué punto tales directrices pueden ser formuladas a nivel nacional y qué variaciones locales serán necesarias y posibles.

Este proyecto está respaldado por la delegación del *Instituto de Comunicação Social*, con sede en Quelimane —a dos o tres horas de distancia en automóvil— que cuenta con financiamiento de UNFPA. Según un informe reciente:

> «Todos los que participan en la estación de radio la entienden como una herramienta para el desarrollo comunitario, en la que la participación en la dirección y producción son principios rectores. Esta perspectiva no se había consagrado por escrito y variaba de una persona a otra. A través de un proceso de visualización, se desarrolló una declaración de intenciones y un conjunto de objetivos. La estación tiene nueve empleados y nueve colaboradores de la comunidad que producen los programas. Los sueldos de tres de los empleados provienen del Estado. Al resto del personal se le paga cuando hay fondos disponibles. Todos aceptan que no se les puede pagar cuando no hay recursos».[1]

Otros países en la región del sur de África también tendrán que lidiar con el tema de las políticas y las definiciones, mientras que en otros países, como Sudáfrica y Namibia, la realidad en el campo ha confirmado la misión y el carácter de las estaciones de radio comunitarias. Sin embargo, aun allí se dan varios procesos operativos y de definición. David Lush (1998) cita a Guy Berger al mencionar algunos de los temas de definición que se presentan en la experiencia sudafricana, entre ellos los relacionados con el público-objetivo, la propiedad y la orientación de la programación. En el contexto de analizar el ámbito de los medios comunitarios, varios esfuerzos por hacer teatro organizado han sido llamados "teatro comunitario". Por ejemplo, en Zimbabue más de 200 organizaciones son miembros de la *Zimbabue Association for Community Theatre* (ZACT), que recientemente cumplió una década de existencia. Su objetivo principal es promover y alentar la cultura popular a través del teatro. ZACT busca crear empleos en las zonas rurales y urbanas para los que han abandonado los estudios. También busca promover la cultura popular a través de medios electrónicos. El trabajo de ZACT se basa en un proceso de teatro comunitario que incluye planificación, identificación de problemas, investigación, la trama, el guión, ensayos, talleres, funciones, actividades comunitarias y guías de evaluación. Se busca que los miembros de la comunidad participen en este proceso. Según ZACT, los grupos de teatro comunitario han puesto en escena producciones sobre concientización, salud comunitaria, SIDA, el impacto del programa de ajuste económico estructural y temas de género.

Una característica común en el teatro comunitario es que es participativo. A diferencia del teatro convencional en el que las personas actúan sobre

el escenario y no hablan con el público, en el teatro comunitario los artistas hablan, se ríen y hacen preguntas. Hay mucha interacción entre el público y los artistas. Los artistas obtienen la participación de la comunidad en las etapas de preparación y evaluación de la producción. ¿Encaja el teatro comunitario en la definición de medios comunitarios de comunicación? ¿Cómo se puede incorporar el teatro comunitario al desarrollo de esos medios comunitarios manera sistemática y mirando a largo plazo?

Regulación

La introducción de nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, en particular los mensajes electrónicos y los servicios de internet, han incrementado las oportunidades para que las comunidades físicas y virtuales se comuniquen. Además de los intercambios internos, la comunidad y sus miembros pueden contactarse, y ser contactados, por el mundo externo. Estas oportunidades también implican cuestiones normativas y podrían incluso trascender a la regulación. La regulación es, sin embargo, muy importante para la promoción de los medios comunitarios precisamente porque responde directamente a los principios y temas básicos que se relacionan con la propiedad, control y funcionamiento de la radiodifusión y otros medios. Las siguientes cuestiones deben ser atendidas:

1. *Propiedad.* ¿A quién pertenecen las ondas radiofónicas, al gobierno o a las personas? ¿Pueden los individuos tener derechos privados? Si el gobierno regula el otorgamiento de licencias para las estaciones emisoras y el uso de las telecomunicaciones, ¿qué criterios debe aplicar? ¿Cómo pueden las estaciones privadas garantizar el "interés público"? ¿Se debe permitir a los dueños de instalaciones de radiodifusión ser propietarios de otros medios? ¿Se puede garantizar la diversidad en la propiedad de los medios? ¿La comercialización/privatización de las telecomunicaciones permitirá que éstas sean económicamente accesibles en zonas rurales empobrecidas?
2. *Control.* ¿Quién debe controlar qué aspectos de la radiodifusión y las telecomunicaciones? ¿Implica el control solamente la facultad de otorgar y retirar licencias? ¿Quién controla los contenidos de la comunicación? ¿Qué clase de directrices deben establecerse a nivel estatal? ¿Deben tener algún derecho los gobiernos locales? ¿Cuál es el papel de las agrupaciones ciudadanas o de la sociedad civil en la asignación de frecuencias radiales y el funcionamiento de las instituciones de comunicación?
3. *Funcionamiento.* ¿Las estaciones de radio y otras iniciativas de medios comunitarios deben manejarse como organizaciones comerciales? ¿Qué directrices deben establecerse para los enfoques comerciales o no comerciales y en relación con el papel de la publicidad? ¿Qué especificaciones técnicas deben ser aplicadas al ámbito de las señales de radio comunitaria? ¿Qué pautas editoriales o principios generales deben establecerse para el acceso o la rendición de cuentas?
4. *Contenido.* ¿Cuál es el equilibrio deseable entre las diversas categorías de contenidos? ¿Qué porcentaje de la programación debe ser entretenimiento y cuánto educativo o relativo al desarrollo? ¿Qué proporción del tiempo de transmisión de la radio comunitaria debe dedicarse a comerciales y mensajes publicitarios? ¿Cuánto tiempo deben ocupar los programas de noticias y los temas de actualidad y en qué tipos de estación? ¿Cómo se deben atender los intereses particulares, por ejemplo de los niños, mujeres y los pobladores rurales? ¿Deben estas estaciones de radio contener editoriales? ¿Qué categorías de contenidos deben ser prohibidas?

Investigación

Las iniciativas de comunicación comunitaria deben apoyarse en investigaciones continuas sobre el entorno social mayor para definir nuevos temas, actores y voces. Éstas también deberían responder a las necesidades cambiantes de las comunidades respecto de información nueva o diferente sobre temas

técnicos (salud, empleo, política, etc.) y averiguar las opiniones de los miembros de la comunidad sobre el uso dado a los medios de comunicación. Asimismo, deben evaluar los efectos de los medios en la comunidad. Ésta es la meta de la evaluación de impacto clásica, que puede dirigirse a evaluar:

1. El flujo de la comunicación en la comunidad (¿quién dice qué a quién? ¿con qué frecuencia?).
2. La participación comunitaria (¿qué individuos y grupos están representados en la producción de los contenidos de los medios?).
3. La expresión (¿qué dicen las personas a través de los medios?) será evaluada por medio de un análisis cualitativo sensible a los sentimientos, estados de ánimo, imágenes, etc. que se expresan a través de los medios y cómo éstos se relacionan con las metas de la comunidad, etc.
4. El conocimiento (¿qué información e ideas transmiten los medios y qué ganan los oyentes como resultado de prestar atención a los medios?).
5. Actitudes (¿qué cambios, si es que existe alguno, en los sentimientos que las personas tienen sobre sí mismas, sus vecinos, sus comunidades y el mundo "de afuera" pueden ser atribuidos a los medios y las comunicaciones?).

La investigación relacionada con estas preguntas debe ser participativa y no necesita ser cuantitativa. En la medida en que la investigación sea continua e incluya a diferentes segmentos de la comunidad como entrevistadores y proveedores de información, es que ésta, como producto cultural, puede ser desmitificada y adaptada para la comunidad. También puede sentar las bases para reorientar el contenido operativo de los medios "comunitarios" a fin de que sean más genuinamente basados en la comunidad y controlados por ella.

Capacitación

Se debe considerar quiénes deben ser capacitados y en qué aspectos. La mayoría de los medios comunitarios no tienen, y probablemente no pueden costear, la formación profesional en comunicaciones, periodismo, *marketing* u otras habilidades necesarias. Los voluntarios comunitarios suelen tener poco más que entusiasmo y el deseo de aprender. Se necesitará formación en habilidades básicas de redacción y producción que permitan preparar mensajes inteligibles, legibles y comunicativos, preferiblemente en el corto plazo, por ejemplo en sesiones de fin de semana y en el lugar de trabajo. Las personas que ya tienen formación profesional necesitarán aprender a trabajar con comunidades y gente sin educación profesional, sin ser arrogantes ni permisivos, ni abandonar sus estándares profesionales.

Un perfil de habilidades aplicables a los medios comunitarios debe ser desarrollado por los capacitadores en comunicación para evaluar cómo se puede asistir a las iniciativas nuevas a nivel local. ¿Qué información y habilidades se necesitan para dirigir una radio, un periódico o un teatro comunitario? Estudios de caso sobre el progreso de medios comunitarios (sean o no exitosos) son esenciales para desarrollar tales perfiles, que deben ser un esfuerzo conjunto entre profesionales de comunicación comunitaria, investigadores y capacitadores en comunicación/periodismo. Entonces será posible desarrollar módulos de capacitación apropiados a partir de estos estudios de caso. La capacitación también deberá brindar "conocimientos en materia de comunicación" a los voluntarios comunitarios y a otros miembros de la comunidad, para que los medios puedan ser verdaderamente y adaptados localmente.

Sostenibilidad

El costo de instalar y operar los medios de comunicación comunitarios es un problema básico que se debe tomar en cuenta. Los grupos desaventajados y marginados son definidos en gran parte por su falta de recursos y su consiguiente incapacidad de pagar y mantener los servicios. Opoku-Mensah (1996) ha observado que: «Todos somos conscientes de que "el pueblo" no tiene dinero, y que suelen ser los más pobres entre los pobres. ¿Por qué se espera enton-

ces que los proyectos diseñados para aliviar su aislamiento, marginación y silenciamiento se vuelvan sostenibles en un tiempo irreal?».

Se han planteado varias razones para financiar a los medios comunitarios como un bien social, y se ha sugerido cómo disponer de diversos recursos para sostenerlos. El resultado final de estas sugerencias es la necesidad de políticas de comunicación e información a nivel nacional que sean sensibles a las dificultades de las comunidades más pobres y se basen en una comprensión de las formas en las que el acceso a la información las puede ayudar a superar la brecha del desarrollo y lograr una mejor vida. Si los recursos provienen de los gobiernos, o los donantes internacionales y las ONG los apoyan, no es probable que los medios comunitarios sean sostenibles desde el punto de vista de la comunidad propietaria/anfitriona. ¿Es esto inevitable? Tanto en el extremo de la producción como de la recepción, nuevas tecnologías empiezan a permitir reducciones de costos que podrían volver a la comunicación y los medios comunitarios más asequibles y económicos.

Un centro de comunicación comunitaria puede ser el lugar apropiado para combinar las ventajas de los diversos servicios con costos reducidos. En el marco de esta conexión, Koning (1996) propuso que los centros de medios comunitarios podrían servir a la comunidad al proveer educación pública sobre *hardware*, *software* y redes de comunicación, y dar acceso público a herramientas de comunicación (cámaras, micrófonos y computadoras) y a sistemas de transmisión (radio FM y televisión local). Sugiere asimismo que la comunidad local debe ser propietaria del centro y que se debe priorizar el establecimiento de estos centros en zonas rurales, dado que son las áreas principales en que las necesidades humanas aún deben identificarse. Aunque Koning sugiere que se necesitaría el financiamiento de donantes, un fondo de interés público y un ámbito gubernamental propicio para sostener a los medios comunitarios de gran inversión que él tiene en mente, también menciona las actividades de recaudación de fondos propios de los centros de comunicación comunitaria de Sudáfrica, y sugiere que éstas podrían ser una forma de captar fondos adicionales para estos centros. Los receptores de transmisión, los teléfonos y las salas de lectura comunitarias han funcionado en muchos países durante casi dos décadas y ahora se les puede sumar los terminales comunales para correo electrónico. Algunos de los servicios de estas instalaciones se prestan comercialmente dado que las personas pagan gustosos por una llamada telefónica o por contactarse con sus parientes a través del correo electrónico u otros medios. Tales servicios pueden ser, y de hecho son, brindados por una infraestructura de comunicaciones. ¿No se podría usarlos para apoyar las instalaciones "clásicas" de medios? A través de estos medios, los anuncios personales cortos, individuales o de grupos sociales, y la publicidad para servicios comunitarios por parte de empresas, entre otros, podrían constituir un ingreso modesto pero regular para los medios comunitarios, sin distorsionar su propósito, y servir para promover la percepción de los miembros de la comunidad de que los medios son una fuente de información local vital. Puede ser que estas contribuciones no garanticen la sostenibilidad de los medios comunitarios, pero tal vez podrían introducir un ingrediente importante a la concretización de la idea de la propiedad comunitaria de los medios.

Conclusión

El concepto de comunidad, que es central para la definición y el desarrollo de los "medios de comunicación comunitarios", todavía no goza de aceptación general. Sin embargo, abordar la identificación de la comunidad desde una perspectiva endógena, especialmente a través de una metodología "etnográfica", es un punto de partida útil para definir el perfil y las necesidades de comunicación de la comunidad, y así identificar sus necesidades en relación con el sistema de comunicación. Esto se vuelve la base para las decisiones relativas a los tipos de medios que habrán de establecerse y su lugar en una estrategia de comunicación comunitaria. Las cuestiones relativas a las políticas, la propiedad, el control, las operaciones técnicas y la tecnología, así como la posibilidad de sostenibilidad podrán entonces ser evaluadas a la luz de la comprensión de la comunidad y de su relación con las diversas formas y modalidades mediáticas.

Notas

1 "Proceedings of the 1996 MISA Annual Congress and *Community Voices Conference*". Malawi, Mangochi, October 6-13.

Bibliografía citada

Gujit, I. y Shah, M. K. (1998). "Waking up to power, conflict and process" en Gujit, I. y Shah, M. K. (eds.) *The myth of community*. London, Intermediate Technology Publications.

Koning, D. (1996). "The role of community media centre" en *Actas del Congreso Anual de MISA de 1996 y la "Conferencia de Voces Comunitarias"*. Mangochi, Malawi, 6-13 de octubre.

Lush, D. (1998). "The role of the African media in the promotion of democracy and human rights" en Adebayo, O. y Wohlgemath, L. (eds.) *Towards a new partnership with Africa: Challenges and opportunities*. Uppsala, Nordiska Afrikainstitatet.

Oepen, M. (1990). "Community communication: The link between the 'old' and the 'new' paradigm" en *Journal of Development Communication*, 1.

Opoku-Mensah, A. (1996). "Should new communications technologies be considered as part of the new communications media?" en *Actas del Congreso Anual de MISA de 1996 y la "Conferencia de Voces Comunitarias"*. Mangochi, Malawi, 6-13 de octubre.

"Proceedings of the 1996 MISA Annual Congress and *Community Voices Conference*". Mangochi, Malawi, 6–13 de octubre.

UNESCO (1999). Carta de invitación a un seminario regional sobre el fomento de los medios comunitarios en África, 15 de abril.

Opubor, Alfred E. (2000). "If Community Media Is the Answer, What Is the Question?" en Boafo, S. T. Kwame (ed.) *Promoting Community Media in Africa*. Paris, UNESCO. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

La radio, conflicto y transición política: el futuro de la radio comunitaria en África

Extracto de *Culturas africanas de radiodifusión*

Aida Opoku-Mensah

El significado de radio comunitaria

La frase "radio comunitaria" implica un proceso de dos vías, que supone el intercambio de puntos de vista desde diversas perspectivas y la adaptación de los medios a la luz de éstos, para que sean utilizados por las comunidades. En un mundo ideal, la radio comunitaria daría acceso a los miembros de una comunidad a información, educación y entretenimiento. En su forma más pura, la radio comunitaria es un medio en el que participan los habitantes de la comunidad —como planificadores, productores y ejecutores— y es un medio de expresión *de* la comunidad, no *para* la comunidad (Berrigan 1979). En suma, idealmente representa un medio alternativo de expresión para una mayoría que, de otra manera, estaría silenciada. Hasta hace poco, las políticas de comunicación no han enfatizado este proceso bidireccional. Más bien, se han concentrado en usar los medios masivos para enviar mensajes desde las ciudades capitales hasta la periferia: por ello, la retroalimentación desde las comunidades que viven allí ha sido limitada.

Las palabras clave en la radio comunitaria son "acceso" y "participación", pero éstas pueden signi-

ficar muchas cosas distintas según las circunstancias locales. En la India, incrementar el acceso de las mujeres a la radio suele implicar poco más que *permitirles* escuchar la radio. El tema crucial no es que la gente tenga acceso a una estación de radio para expresar sus opiniones o mensajes personales, ni si algunas personas locales participan en la programación como empleados o voluntarios. Lo que realmente importa es la estructura institucional de la estación de radio. ¿Quién la controla? ¿Hay un mecanismo para rendir cuentas a las personas a las que sirve? (O'Connor 1990).

La radio comunitaria: participación y propiedad

Una estación de radio comunitaria, como cualquier otro medio de comunicación comunitaria, debe fomentar la participación comunitaria. La participación comunitaria se puede definir como el proceso educativo y de empoderamiento en el que las personas, en asociación con los que pueden ayudarlas, identifican sus problemas y necesidades para así asumir cada vez más responsabilidad en la planificación, dirección, control y evaluación de las acciones colectivas que se consideren necesarias.

En una estación de radio comunitaria, las personas escogen a qué problemas prestar atención y cómo resolverlos; generalmente, los productores y los oyentes son intercambiables. La comunidad produce sus propios programas con la ayuda de periodistas capacitados y lo que se transmite son los temas de interés para la comunidad y los periodistas. La radio comunitaria como medio permite que sea la comunidad, y no los profesionales de la comunicación, la que determine la temática de la programación. Puede ocurrir que la comunidad misma sea dueña de todo o parte de la estación de radio comunitaria a través de una empresa cooperativa. El movimiento de cooperativas en Zambia es un negocio más o menos exitoso tanto para los productores como para los consumidores. Si la comunidad tiene la voluntad de dirigirlas, pueden dirigir cooperativas de comunicación como estaciones de radio y periódicos comunitarios con los mismos resultados. A diferencia de las estaciones de radio comunitarias fundadas por el gobierno, que suelen volverse sus voceros locales y del partido oficialista, una vez establecidas, estas estaciones de radio comunitarias tienen pocos compromisos políticos (Kasoma 1990).

La historia de la radio comunitaria en África

Aunque la radio comunitaria actual tiene un pasado accidentado en África, la idea siempre se ha reconocido de una u otra forma, por ejemplo en la radio rural (clubes de radio) y/o los radioforos, un concepto que surgió en Canadá. La radio rural ha existido durante 30 años y llegó a conocerse como la voz del pueblo y de los campesinos. A través de los radioforos, los grupos de pobladores o agricultores se reunían en sus hogares para escuchar la radio, estudiar un folleto o deliberar sobre problemas específicos que debían ser resueltos a través de la acción cooperativa. En 1964, con la ayuda de la UNESCO y Canadá, 40 pueblos participaron en un experimento que aumentó la aceptación de esta propuesta. Posteriormente se adoptó este sistema extensamente, llegando a incorporar a aproximadamente 400 grupos en Ghana, Zambia, Malawi y Nigeria. Los clubes de escucha de radio son otro paso hacia la participación. En éstos, los miembros expresan sus opiniones sobre sus problemas, y éstas son registradas e incorporadas a programas de radio.

La radio rural ha sido descartada por algunos críticos que afirman que no representa adecuadamente a las personas: es controlada por el gobierno, carece de recursos para asegurar su continuidad y no tiene el respaldo de un auténtico compromiso político. Sin embargo, la crisis de la radio rural y de los radioforos agrícolas se debe a la crisis global que afronta el continente africano: la de una base estancada de recursos.

La Homa Bay Community Radio Station —fundada en la parte occidental de Kenia en mayo de 1982— puede considerarse la primera radio comunitaria real de África. Esta estación fue tanto un experimento en la descentralización de las estructuras y la programación, como un esfuerzo por adquirir experiencia en el uso de tecnología de bajo costo para la radiodifusión. El proyecto Homa Bay fue una iniciativa del gobierno de Kenia y de la UNESCO; sin embargo, en 1984, el gobierno keniano la clausuró. Otra iniciativa fue la creación de tres estaciones de radio rurales como parte de una política para descentralizar el desarrollo rural en Liberia. Aunque estos ejemplos eran esfuerzos por descentralizar la radiodifusión y hacerla más orientada a la gente, existían diversas presiones que no les permitieron perdurar y no crearon la transformación social que necesitaban las sociedades para modernizarse en el proceso de desarrollo.

Los primeros teóricos de la comunicación para el desarrollo creyeron que la mera exposición a los mensajes radiales era suficiente para traer los cambios sociales que llevarían al desarrollo. Esta creencia llevó al lanzamiento de diversos proyectos radiales de desarrollo. En los primeros programas de foros agrícolas, los mensajes de desarrollo solían ser "enviados" por el departamento de agricultura del gobierno o el agente de integración al ámbito rural. Se buscaba una respuesta muy limitada de parte de los agricultores y los mensajes solían ser demasiado preceptivos, complejos y técnicos para ser comprendidos. Estas propuestas iniciales revelaron claramente las limitaciones de las campañas gubernamentales "verticales" diseñadas para promover el desarrollo (Fisher 1990).

Esta historia de iniciativas relativamente ineficaces demuestra la necesidad de proyectos de radio comunitaria interactivos que promuevan el desarrollo local en África. La apertura de las ondas radiofónicas brinda la oportunidad de introducir este tipo de proyectos capaces de servir a la mayoría de las personas.

A continuación, las razones que justifican la radio dirigida por la comunidad:

1. Dada la gran diversidad de lenguas locales en los países y comunidades africanas, solamente las estaciones de nivel comunitario pueden asegurar que las radiodifusiones no sólo sean oídas sino, más importante aún, que sean comprendidas por la gente.
2. La radio dirigida por la comunidad fomenta la educación respecto de los medios, de la que carece la mayoría de los ciudadanos africanos. Gran parte de los africanos han sido privados de información; en la sociedad actual de información, la radio comunitaria puede ayudar a crear una cultura de información.
3. La radio dirigida por la comunidad aumenta la emancipación política y crea una plataforma para el debate y el intercambio de ideas y proyectos. Da cabida a las ideas de la gente y satisface su bienestar espiritual y psicológico mucho mejor que cualquier otro tipo de radiodifusión.
4. Con la globalización de la información y la llegada de las comunicaciones satelitales, la radio comunitaria puede ofrecer a la comunidad una forma económica, pero crucial, de proyectar su lenguaje y tradiciones, y servir como un medio para estandarizar un idioma local.

La radio comunitaria para el desarrollo y la democracia

Es evidente que existe la necesidad de expandir la radio comunitaria en aras del desarrollo y la democracia en el África. Sin embargo, las preguntas urgentes son: ¿Qué tipo de desarrollo o democracia? ¿Quién determina qué tipos de desarrollo o democracia se deben buscar?

Si se utiliza estratégicamente, la radio comunitaria puede acelerar o desencadenar la transformación social. Si se maneja adecuadamente, la radio comu-

nitaria puede emancipar políticamente a las personas al darles información sobre la vida política de su país. Un ejemplo de cómo la radio comunitaria fortalece la democracia fue presentado en un seminario reciente sobre la radiodifusión en Zambia. En Los Baños, Filipinas, el gobernador del distrito habla en la radio comunitaria un día por semana para responder a las preguntas que los oyentes presentan a la estación por correo o teléfono. De esta manera, se responsabiliza localmente al gobierno a través de la estación de radio comunitaria (Kasoma 1997).

El futuro de la radio comunitaria: el caso del sur de África

Desde la apertura de las ondas radiofónicas en algunos países en el sur de África, se ha suscitado mucho interés por el acceso de la gente a la comunicación, y a la radiodifusión en particular. La radio comunitaria o radiodifusión es muy popular en esta parte del mundo. Sin embargo, las políticas de liberalización de la radiodifusión no han prestado atención a la existencia de la radiodifusión comunitaria. La mayoría de las normas recientes sobre la radiodifusión han terminado con el monopolio de la propiedad o control estatal de las entidades radiales y ha permitido que entidades radiales "independientes", generalmente comerciales, establezcan operaciones predominantemente urbanas. Sin embargo, no todas han fomentado eficazmente la radio comunitaria. Entre las que sí han dado pasos en esta dirección, Sudáfrica ha establecido un sistema de radiodifusión de tres niveles: público, comercial y comunitario; la liberalización vanguardista de las radiodifusiones en Namibia dio autonomía, inicialmente a la empresa nacional de radiodifusión, y permitió la creación de estaciones de televisión y radio privadas, especialmente estaciones comunitarias. Muchos otros países simplemente han desarrollado una mezcla de radio estatal y comercial.

En sentido estricto, el panorama de la radio comunitaria en esta región se limita a Sudáfrica, que tiene aproximadamente 82 de estas estaciones. La radio comunitaria todavía es un concepto nuevo, y qué implica aún está sujeto a un debate que suele ser inconcluso. En Sudáfrica, las estaciones de radio comunitarias pertenecen a las "comunidades", mientras que en Mozambique y Zambia la Iglesia Católica tiene tanto la propiedad como la administración de las mismas (aunque en Mozambique también hay estaciones de radio comunitarias de propiedad estatal). En Namibia, la Katatura Community Radio fue un proyecto del Consejo de Iglesias, la NANGOF (la organización coordinadora de las ONG) y el Legal Assistance Centre, entre otros que, como representantes reconocidos de la comunidad, inicialmente conformaron el comité de administración. En Zambia, una estación comercial e independiente de radio, Radio Phoenix, se autodenomina una estación "comunitaria" que responde a las necesidades de las personas a las que sirve, al igual que la estación católica, Radio Icengelo. Varía bastante cómo las comunidades obtienen acceso y participan en la administración de una estación. Los principios subyacentes, que atañen a quién controla una estación, cómo se asegura una administración democrática y si existen mecanismos que responsabilicen a los administradores y las estaciones frente a los que sirven, aún tienen que ser resueltos en todas partes, inclusive en Sudáfrica.

Francis Kasoma (profesor de periodismo y comunicación de masas en la Universidad de Zambia) sostiene que hay varias formas viables de propiedad de las radios comunitarias en África, y menciona que la FAO está a puertas de fundar una estación de radio comunitaria en la provincia de Luapula en Zambia (Kasoma 1997). Un estudio de factibilidad del proyecto se ha realizado para determinar la distribución de la titularidad de las radios y los patrones de audiencia entre la población de la provincia. La posibilidad de establecer una estación radial comunitaria móvil también se está evaluando. Si este sistema se implementa, utilizaría un vehículo de radiodifusión móvil equipado con un transmisor y equipos de estudio. Se colocarían antenas en cada

distrito y el vehículo de radiodifusión móvil simplemente se conectaría a la antena respectiva para que los programas sean transmitidos en ese distrito particular. Luego de algunas semanas o meses, la estación de radiodifusión móvil se trasladaría al siguiente distrito. Una estación de radio comunitaria perteneciente a una ONG también ha sido destinada a la provincia de Solwezi en el noroeste.

El movimiento de medios comunitarios en el sur de África

La liberalización de la radiodifusión en muchos países del sur de África ha generado un significativo interés entre muchos grupos, particularmente del sector de las ONG. Sin embargo, está en debate si las ONG deben fundar las estaciones de radio comunitarias por sí mismas o si sería mejor que estimularan a las comunidades locales a tener sus propias estaciones.

En la región del sur de África ha surgido un movimiento que busca elevar la conciencia sobre la temática de los medios de comunicación, y de la radio comunitaria en particular. Por ejemplo, la COMNESA (Community Media Network of East & Southern Africa) está compuesta por organizaciones tales como el MISA (Media Institute of Southern Africa), IPS (Inter Press Service), KCOMMNET (Kenya Community Media Network), Panos Southern Africa, National Community Radio Forum de Sudáfrica, AMARC (World Association of Community Radio Broadcasters) de África y ENA (Eco-News Africa) de Kenia. Estas organizaciones se han comprometido a estimular el debate sobre la radio comunitaria a través de la investigación, talleres y seminarios que reúnen a diseñadores de políticas y otros grupos de la sociedad civil.

La Panos Southern Africa, por ejemplo, ha organizado dos importantes seminarios en Zimbabue y Zambia sobre la radiodifusión en general, con un énfasis particular en el surgimiento de la radio comunitaria en estos países y sus procesos normativos. En abril de 1997, Panos reunió a diseñadores de políticas y profesionales de los medios para debatir temas actuales de políticas de radiodifusión y su impacto en la sociedad de Zambia. Los objetivos específicos del seminario fueron:

- reunir a los anunciantes, trabajadores del desarrollo y miembros del parlamento para debatir el estado de las políticas sobre la radiodifusión en Zambia;
- estimular el debate sobre el papel de la radiodifusión en el desarrollo y la democracia; y,
- concienciar a los parlamentarios de Zambia acerca de la evolución de la radiodifusión comunitaria y popular en países vecinos.

Los participantes incluían representantes del partido del gobierno, MMD (Movimiento para la Democracia Multipartidaria) y el Partido Nacional, así como de la ZAMWA (Asociación de Mujeres en los Medios de Zambia), ZNBC (Zambia National Broadcasting Corporation), el periódico The Times of Zambia, CPU (Commonwealth Press Union), PANA (Pan African News Agency), ZUJ (Sindicato de Periodistas de Zambia), Icengelo (una estación de radio católica), Radio Christian Voice y Radio Phoenix. En el debate sobre un marco normativo, los participantes hicieron las siguientes ocho recomendaciones (Panos 1997):

Radio comunitaria

1. Que el gobierno implemente una política que promueva la creación de estaciones de radio de propiedad de la comunidad en Zambia.

Regulador

2. Que haya un regulador independiente que responda a un comité independiente cuyo nombramiento y cese sea ratificado por el parlamento.

Tiempo de servicio del regulador y comité independiente

3. Que el comité se establezca, desde el parlamento, por un periodo inicial de tres años. Se espera que posteriormente el comité sea auto-

sostenible a partir del otorgamiento de licencias de radio y televisión.

4. Que la duración del cargo de regulador y del comité no supere los cinco años.

Regulación de los procedimientos del comité

5. Que el comité regule sus propios procedimientos.

Requisitos para el regulador

6. Que el regulador sea un ciudadano zambiano apropiada y profesionalmente calificado.
7. Que, al implementar la legislación, se prevea que el otorgamiento de licencias de radiodifusión puede ser delegado a la autoridad de comunicaciones.

Facultades

8. Que el regulador deberá:
   i. emitir, retirar, modificar, revocar, dictar sanciones e implementar condiciones;
   ii. inspeccionar y aprobar las instalaciones;
   iii. nombrar, contratar y despedir al personal; y,
   iv. ser responsable de preparar un informe normativo al comité para su remisión al parlamento.

A partir de los estudios de caso y ejemplos de radio comunitaria en Sudáfrica, los parlamentarios y las ONG indudablemente se convencieron de la necesidad de estaciones similares en Zambia. Todos los parlamentarios hablaron sobre la creación de estaciones de radio comunitarias en sus distritos electorales; sin embargo, algunos siguieron viendo a la radio comunitaria como una herramienta para lograr su propio avance y un parlamentario incluso llegó a mencionar que si él pudiera tener una estación en su distrito le ayudaría durante su campaña para la reelección. Cuando los participantes le recordaron que las estaciones de esta naturaleza deben ser dirigidas por el pueblo, él contestó "Yo soy el pueblo".

Los comentarios de los parlamentarios incluyeron:

> "Este seminario ha sido una revelación en cuanto al impacto de la radiodifusión y el desarrollo, así como los conflictos legales actuales en la legislación".
>
> "Proporcionó un mejor entendimiento de la necesidad de establecer radios comunitarias".
>
> "No me había dado cuenta de la importancia de la radio comunitaria hasta que participé en este seminario".
>
> "Ahora entiendo que puede haber estaciones de radiodifusión regionales/comunitarias y nacionales que sean de propiedad de las mismas comunidades y financiadas por ellas".
>
> "Amplió mis conocimientos sobre los cambios tecnológicos y la utilidad de la radiodifusión alternativa, tal como la radio comunitaria".
>
> "Al explicar el alcance de lo relacionado a la radiodifusión, como la frecuencia, la asignación de financiamiento, etc., ahora entiendo que la radiodifusión puede ser posible aun a nivel comunitario".

Financiamiento de la radio comunitaria

Una estación reconocida y bien dirigida tiene bastante potencial de crear ingresos; sin embargo, llegar al punto en que una estación tenga un clientela publicitaria toma tiempo. Mientras tanto, se debe esperar que la estación opere con pérdidas. Teniendo esto en cuenta, se podría sostener que los posibles dueños y operadores de las estaciones deben ser evaluados a partir de su capacidad de mantener un periodo de pérdidas de por lo menos un año. Más aún, otorgar demasiadas licencias podría ser un factor que inhiba el crecimiento de la industria de la radiodifusión.

En la práctica hay dos corrientes de pensamiento. Una que cree que las estaciones de radio comunitarias deben ser creadas como empresas comerciales por individuos privados que harán uso de los recursos necesarios para que sean sostenibles. La otra sostiene que las radios comunitarias son para los desfavorecidos de la sociedad, por lo que no es probable que tengan ganancias comerciales. El segundo argumento suele ser apoyado por las ONG, que sienten que, por el momento, las estaciones de radio comunitarias deben ser financiadas por medio de donaciones o a través de un mecanismo de financiamiento provisto por el marco normativo nacional.

En oposición a los argumentos de las ONG, debe señalarse cuán seguido las estaciones demuestran ser comercialmente inviables y por tanto colapsan cuando sus patrocinadores deciden retirarse. Kasoma sostiene que la solución es que las estaciones de radio comunitarias sean «fundadas como cooperativas o como iniciativas del gobierno. Sin embargo, dado que las estaciones de radio del Estado, y todos los medios estatales, tienden a ser medios de propaganda en vez de medios para la libre expresión de las personas, este autor recomienda firmemente que Zambia tome el camino de crear cooperativas o estaciones de radio comunitarias de propiedad privada. Las ONG pueden iniciar algunas de las estaciones pero, a fin de asegurar su sostenibilidad, la comunidad local debe estar preparada para tomar el control y manejarlas como cooperativas».

El futuro inmediato

El concepto de radio comunitaria en el sur de África recién ahora empieza a tomar forma, y hay muchos retos que debe superar si va a volverse un rasgo permanente del mundo de las telecomunicaciones. Uno de los principales retos es la interferencia política directa o indirecta. La radio comunitaria implica una descentralización del poder mantenido celosamente en manos del gobierno. Los gobiernos de la región aún detentan un poder abrumador y tienen una de las llaves del futuro de la radio comunitaria en la región.

Aunque el movimiento de radio comunitaria de Sudáfrica ha presionado por la implementación de políticas eficaces para mejorar este sector, esta aproximación proactiva sigue siendo relativamente nueva en muchos países de la región del sur de África por diversas razones. La historia particular de Sudáfrica irónicamente creó condiciones por medio de las cuales, en 1993–1994, hubo gran sensibilidad frente al control de las comunicaciones una vez que se celebraron las elecciones generales. La lucha por el acceso equitativo a los canales de radiodifusión para los africanos previamente marginados y por la creación de una autoridad independiente de telecomunicaciones surgió de la lucha política. Esta situación es totalmente diferente a la de otros países en los que las autoridades normativas no gozan de la credibilidad ni la independencia que necesitan para llevar a cabo sus funciones. [...]

Un miembro del partido oficialista, SWAPO, lidera el Comité de Comunicaciones de Namibia (NCC), cuyos comisionados son nombrados por el ministro de información y radiodifusión. Por ejemplo, al año de fundarse, la Radio Comunitaria Katatura (KCR) se vio acallada por las transmisiones de prueba de una nueva estación de radio comercial, Radio 100. KCR se quejó ante el NCC, que respondió que el plan de distribución de frecuencias de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) para Namibia sólo les permitía un número limitado de frecuencias, por lo que KCR tendría que cambiarse a otra frecuencia. La UIT negó que pudiera asignar frecuencias dentro de un país, estando encomendada esta tarea en Namibia al NCC de acuerdo con la Ley del NCC. Tras una protesta clamorosa, se permitió a la KCR quedarse en el 106.2 MHz y se ordenó a la Radio 100 cambiarse a otra frecuencia, 100 MHz. Resulta que Kalahari Holdings, una empresa de propiedad del partido político oficialista, tiene una participación mayoritaria en Radio 100, que ahora se llama Radio Energy. La nueva estación competía por el mismo mercado joven local que la KCR había monopolizado desde que abrió en 1995.

Zimbabue, Mozambique y Malawi aún están luchando por crear estructuras normativas independientes que puedan regular eficazmente el sector de las telecomunicaciones.

Otro tema urgente es cómo serán financiadas las estaciones de radio comunitarias. Por el momento, todo indica que muchas estaciones en Sudáfrica están luchando por sobrevivir. Sin duda, su presencia ha sido una gran contribución en el corto plazo, pero queda por verse si podrán, en el largo plazo, perdurar en el mundo comercial. La comunidad donante está ansiosa por apoyar la creación de estaciones de radio comunitarias, dado que estas iniciativas fortalecen el pluralismo y representan un modelo de buena gestión. Sin embargo, estos donantes quieren apoyar iniciativas que tengan un futuro y sean sostenibles.

Por ahora, el futuro de las estaciones de radio comunitarias en Sudáfrica puede asegurarse por medio de políticas estatales o la voluntad de los donantes. Sin embargo, sin un panorama político progresista, ligado a una política de comunicación que refleje ese panorama y una sociedad civil vigorosa que la haga funcionar, las estaciones de radio comunitarias se volverán otro concepto de moda que pronto morirá.

Bibliografía citada

Berrigan, F. (1979). "Community Communications: The role of Community Media in Development". *Reports and Papers on Mass Communication*, 90. Paris, UNESCO.

Fisher, H. (1990). "Community Radio as a Tool for Development" en *Media Development*, 4.

Kasoma, F. P. (1990). "Media Ownership: Key to Participatory Development Communication" en *Media Asia*, 17 (2).

Kasoma, F. P. (1997). "Community Broadcasting in Zambia: Prospects and Potential" en Panos Institute Southern Africa (ed.) *Broadcasting and Society: Forum on Broadcasting in Zambia*. Lusaka, Zambia, Panos.

O'Connor, A. (1990). "Radio is Fundamental to Democracy" en *Media Development*, 4.

Panos Institute Southern Africa (ed.) (1997). *Broadcasting and Society: Forum on Broadcasting in Zambia*. Lusaka, Zambia, Panos.

Opoku-Mensah, Aida (2000). "Radio, Conflict and Political Transition. The Future of Community Radio in Africa" en Fardon, Richard y Furniss, Graham (eds.) *African Broadcast Cultures. Radio in Transition*. Oxford, Praeger-James Currey Publishers. Reproducción autorizada por la editorial.

Las comunidades como tipos de grupos humanos

Extracto de *La comunidad y el desarrollo comunitario*

Donald Voth

Nos concentramos, por supuesto, en grupos que se definen geográficamente. Sin embargo, siempre está la forma residual de comunidad a la que llamamos "comunidad de intereses". Según gran parte de la literatura sobre la comunidad, sobre todo desde la tradición del "eclipse" de las décadas de 1960 y 1970, esta última gradualmente se ha tornado más importante que la primera. Un área que ha incorporado esta distinción como una herramienta conceptual importante es la literatura sobre la "dimensión humana" de los recursos naturales y sobre su manejo. El término "comunidad" es en sí mismo un puente entre los científicos biológicos y sociales. A medida que los administradores de los terrenos públicos han empezado a comprender que sus responsabilidades están determinadas tanto por las comunidades humanas a las que sirven y los rodean como por el ambiente físico y las comunidades biológicas, ha surgido la llamada "dimensión humana". Ha sido particularmente fácil sostener este vínculo en el contexto del manejo ambiental y de las "evaluaciones" integrales, que son insumos informativos para la planificación a largo plazo del uso de los suelos públicos (Voth y otros 2000).

Comunidades geográficas

El presupuesto subyacente es que, pese a que toda la tecnología de la comunicación y del transporte ha reducido el costo del espacio; a toda la modernización, desarrollo y globalización que ha ocurrido; a todo el "gran cambio" que ha transformado a las comunidades norteamericanas, la ubicación geográfica todavía importa y la comunidad local es todavía un nivel muy importante de organización social, económica y política en la sociedad moderna.

El vocablo "comunidad" se utiliza en un sentido genérico y no implica una u otra forma o nivel particular de geografía, ni significa necesariamente un lugar constituido o un vecindario, aunque bien podría serlo. Las comunidades pueden estar contenidas unas en otras, es decir, un barrio puede considerarse una comunidad en sí, al igual que la ciudad o el pueblo en el que se encuentra ese barrio o comunidad. La definición geográfica específica es una cuestión práctica y algunas de las definiciones son bastante claras mientras que otras son vagas y borrosas. Aun así, todas tienen como referente principal a personas que comparten un mismo lugar, y la infraestructura, servicios e instituciones propias de ese lugar. Ésta no sólo es la definición preferida en este trabajo, sino que resulta ser la característica más común de la amplia variedad de definiciones de comunidad que existen. Bell y Newby (1974) resumen la extensa reflexión de Hillary sobre las definiciones de comunidad: «La mayoría de las definiciones de comunidad incluyen, entonces, en orden creciente de importancia con cada elemento, los siguientes componentes de la comunidad: territorio, vínculos comunes e interacción social».

Comunidades de intereses

Éstas también han sido llamadas "comunidades funcionales". El término se refiere a los grupos que comparten las características de una comunidad, excepto la de vivir en el mismo lugar. Como tal, el

término es muy amplio e incluye cosas tales como los grupos profesionales, diversos grupos de interés, organizaciones, etc.

Webber (1963) dijo: «Las comunidades en las que él [un norteamericano urbano contemporáneo] se relaciona y a las que pertenece ya no son sólo las comunidades geográficas a las que estaban limitados sus antepasados; los norteamericanos se vinculan más estrechamente a las comunidades de intereses que a las comunidades geográficas, sean de intereses basados en actividades profesionales, pasatiempos, relaciones sociales o intereses intelectuales. Los miembros de las comunidades de intereses dentro de una sociedad de comunicación libre no tienen que estar concentrados en el espacio (salvo, posiblemente, durante las etapas iniciales del desarrollo de la comunidad de intereses), dado que cada vez más pueden interactuar entre sí donde sea que estén ubicados [...] la separación espacial o la proximidad ya no son indicadores precisos de las relaciones funcionales; por ello, el patrón de ubicación por sí solo ya no es un símbolo adecuado de un orden». [...]

La "buena" comunidad

El desarrollo de la comunidad, en tanto campo profesional, es necesariamente normativo, como cualquier otra profesión. Supone que existe una comunidad "buena", o por lo menos procesos comunitarios "buenos", frente a comunidades o procesos comunitarios "malos". La literatura inicial sobre el desarrollo comunitario iba mucho más allá. Parecía basarse en el presupuesto de que la democracia misma dependía de una forma "buena" de comunidad a nivel local, en las comunidades y barrios locales. Por ello, el libro de Arthur Morgan (1942) *The Small Community* tenía por subtítulo *Foundation of Democratic Life*, que era coherente con la valoración extremadamente negativa que Louis Wirth (1938) hacía de la vida urbana.

La literatura de Warren sobre el "gran cambio" y "el eclipse de la comunidad" sugiere que alguna vez hubo en el pasado una "buena" comunidad que se ha perdido, o se está perdiendo, debido a la sociedad de masas y la burocratización. El desarrollo comunitario, sobre todo el que se enfoca en los procesos, implica que se puede lograr una mejor comunidad, una que tenga una mejor capacidad de superar los retos que se le presentan. Cuando los arquitectos y planificadores debaten sobre la comunidad, inevitablemente dan a entender que saben algo sobre cómo sería la buena comunidad. Los defensores de la "sostenibilidad" sugieren que saben algo sobre cómo sería la comunidad sostenible. Los profesionales de los servicios que ahora se centran en la comunidad también parecen entender cómo sería la buena comunidad cuando usan, a menudo muy casualmente, el término "capacidad comunitaria".

¿Cuáles son entonces algunos de los parámetros normativos en la literatura sobre la comunidad? Antes de repasar brevemente la literatura, es importante notar que no estamos en terreno resbaloso: los fundamentos de los juicios normativos exigen su propia justificación externa. Para todos y cada uno, uno se puede preguntar legítimamente ¿por qué? Sin embargo, tras reflexionar, el lector se dará cuenta de que algunos pueden justificarse por su naturaleza instrumental. Son, o parecen ser, necesarios para lograr otro fin. Por ello, Luloff y Swanson (1992) sostenían que algún grado de democracia en la toma de decisiones es esencial para que la comunidad sea "autónoma".

Roland Warren (1970) abordó el tema directamente desde la filosofía en su ensayo de *Toward a Non-utopian Normative Model of the Community*, que se ha publicado y reimpreso de diversas maneras. Luego de un breve análisis de la literatura de las ciencias sociales que tratan sobre el enfoque normativo de la comunidad, él identifica que las siguientes dimensiones se deben tener en cuenta: (1) la autonomía de la comunidad; (2) la viabilidad de la comunidad y (3) una amplia distribución de la toma de decisiones, es decir del poder en

la comunidad. En otro ensayo publicado el mismo año bajo el título *The Good Community: What Would It Be?* identificó las siguientes dimensiones pertinentes que se deben tener en cuenta cuando se reflexiona sobre la buena comunidad:

La existencia de relaciones grupales primarias. Citando a *The Human Community* de Baker Brownell, Warren (1973) dice: «Una comunidad es un grupo de personas que se conocen bien», lo que no sólo implica conocerse en el sentido de sus respectivas y especializadas relaciones en el mercado sino conocerse «como personas».

Autonomía. Las decisiones sobre lo que sucede en la comunidad deben ser tomadas, en la medida de lo posible, por personas de la comunidad y no por extraños o desde otros niveles de gobierno.

Viabilidad. Por viabilidad Warren quiso dar a entender «la capacidad de la gente local de enfrentar eficazmente sus problemas a través de algún tipo de acción concertada».

Distribución de poder. Aunque reconoce que todos los estudios sobre el poder comunitario revelan que está distribuido bastante desigualmente, lo que puede significar simplemente que sí existe liderazgo, Warren sencillamente señala el sesgo en el desarrollo comunitario y en la mayor parte de la literatura sobre las estructuras y la toma de decisiones democráticas. Mucho más recientemente, Luloff y Swanson han abordado las disfunciones de la distribución desigual de poder en su excelente ensayo sobre la autonomía y el desapego comunitarios.

Participación. La mayoría de las personas que se interesan por la comunidad creen que debe haber más, no menos, participación. ¿Pero cuánta debe haber? Desde luego, no hay una respuesta fácil, pero es un hecho que el carácter y el grado de participación son elementos clave en cualquier análisis de la buena comunidad. La participación es una norma y meta autónoma, a la vez que es instrumental en el sentido de que es necesaria para que se dé una toma de decisiones eficaz.

Grado de compromiso. Evidentemente el compromiso con la comunidad geográfica varía y probablemente decae a medida que las comunidades de intereses se vuelven relativamente más importantes. Aun así, queda claro que tiene que haber por lo menos algunas personas con algún grado de compromiso frente a la comunidad local para que esta comunidad sea buena.

Grado de heterogeneidad. Éste, por supuesto, es un tema controvertido. Warren es algo moderado al decir que «simplemente se ha aceptado como valor que es mejor que las personas vivan en comunidades que son más o menos una muestra representativa de toda la población en vez de vivir en comunidades segregadas económica, racial o étnicamente».

Grado de control vecinal. Considerando que las comunidades se contienen unas a otras, con comunidades vecinales que existen dentro de comunidades más grandes, esto simplemente implica el control comunitario del nivel más bajo.

Grado de conflicto. Aunque ya no se acepta generalmente que la buena comunidad debe estar libre de conflictos, el tema central es la capacidad de la comunidad de lidiar efectivamente con los conflictos existentes.

Desde un punto de vista psicológico, Cottrell (1977) escribió un ensayo influyente sobre la estrategia de acción comunitaria a inicios de la "guerra contra la pobreza". Él describe la comunidad competente como

> «la que es concebida en el presente como una en la que los diversos componentes de la comunidad: (1) son capaces de colaborar eficazmente para identificar los problemas y necesidades de la comunidad, (2) pueden llegar a consensos funcionales sobre sus metas y prioridades, (3) pueden llegar a acuerdos

sobre la manera y los medios para implementar tales metas y (4) pueden colaborar eficazmente en las acciones requeridas».

Las dimensiones para el análisis que él identifica son el compromiso, la conciencia propia/del otro y la claridad de las definiciones contextuales, la capacidad de expresión, la comunicación, la contención y resolución de conflictos, la participación, el manejo de las relaciones con la sociedad mayor y los mecanismos para posibilitar la interacción y toma de decisiones participativa.

Bromley (1970) contrasta dos concepciones diferentes y un tanto incompatibles de la buena comunidad, que son la sociológica y la económica, y asocia cosas como la autonomía comunitaria y la capacidad de la comunidad de acción independiente con la «perspectiva sociológica» y de tener una base económica y un desarrollo económico con la «perspectiva económica».

Los planificadores y arquitectos comunitarios tienen, necesariamente, un concepto de cómo debe ser la comunidad. El influyente libro de Jane Jacobs (1961), *The Death and Life of Great American Cities*, está literalmente cargado de afirmaciones valorativas sobre cómo debe ser la buena comunidad y sobre lo que se ha abandonado y perdido a través de las formas de planificación y gestión urbana que ella criticó tan extensamente. La actual literatura del "nuevo urbanismo" es similar: los automóviles son malos, caminar es bueno, la heterogeneidad es buena, vivir cerca del trabajo es bueno, la forma europea de comunidad campesina es buena, la forma de asentamiento que se encuentra más comúnmente en Estados Unidos (el crecimiento urbano desorganizado) es mala, etc., etc. De hecho, es muy difícil encontrar literatura sobre planificación y arquitectura comunitaria que trate siquiera de adoptar una perspectiva distanciada y objetiva. Frente a todas las afirmaciones sobre la buena comunidad que se encuentran en esta literatura y la práctica uno siempre se siente tentado a preguntar ¿por qué? ¿A partir de qué pruebas? [...]

"Iniciativa": la esencia del desarrollo comunitario

¿Qué es la "iniciativa"?[1]

El único supuesto fundamental del desarrollo comunitario es que es importante lo que sucede a nivel de la comunidad, que esto significa algo y, más importante aún, que las comunidades podrían tener la capacidad de tomar decisiones y de actuar independientemente. Este supuesto tiene un componente científico y otro práctico. Científicamente significa que, en el análisis del comportamiento humano, las comunidades o "la comunidad" constituyen una unidad lógica de estudio, al margen de otras como el individuo, las familias, las instituciones, las empresas, las regiones, las naciones, etc. Prácticamente, quiere decir que la comunidad es un foro apropiado para tratar de lograr cosas y que también está por sobre los individuos, las familias, empresas, etc., etc.

Un análisis de Bhattacharyya, un poco denso pero a la vez excelente, se refiere a la iniciativa de la siguiente manera:

> «La iniciativa implica la capacidad de las personas de ordenar su mundo (de Certeau 1986, Giddens 1984, Inden 1990), es decir, la capacidad de crear, reproducir, cambiar y vivir según sus propios sistemas de significados, la facultad de definirse eficazmente en lugar de ser definidos por los demás. O, tal como observó Giddens, es "ser capaz de actuar de otra manera"; en otras palabras, "ser capaz de intervenir en el mundo o de abstenerse de tal intervención, de manera de influir en un proceso o situación particular". La iniciativa es la antítesis de la dependencia, que es una condición carente de dinámica interna. El fundamento valorativo del desarrollo comunitario es que las personas tienen el derecho a la iniciativa, y el objetivo característico del desarrollo comunitario es salvaguardarla, y donde se haya deteriorado o perdido, reconstruirla. Para que una actividad (como atraer a las industrias hacia los pueblos pequeños, organizar a los campesinos, promover los derechos de las minorías o de género, proporcionar cuidado a los adultos mayores o hacer campañas por la protección ambiental, los derechos culturales o por mejores escuelas) se llame desarrollo comunitario, debe inspirarse en la búsqueda de la solidaridad y la iniciativa».

Definir el desarrollo comunitario de esta manera, como el desarrollo de relaciones sociales que se caracterizan por una creciente solidaridad e iniciativa, tiene la ventaja de alinear el desarrollo comunitario con los intereses intelectuales convencionales de las humanidades y las ciencias sociales. También da lugar a amplias posibilidades para la acción e investigación sobre el desarrollo comunitario que se centren en los procesos de erosión de la solidaridad y la iniciativa y en los métodos para reconstruirlas (Luloff & Swanson 1995).

Procesos esenciales para la iniciativa comunitaria

Hay cinco procesos que son esenciales para que actúe una comunidad. Éstos se dan en todas las comunidades hasta cierto punto —sea de manera adecuada o deficiente— y son: (1) liderazgo, (2) el funcionamiento de organizaciones, (3) la participación y actividad de los ciudadanos, (4) la definición de metas y la planificación y toma de decisiones, y, finalmente, (5) la acción o implementación. Esto es lo que conduce a resultados comunitarios, que son resultados de contenido o de proceso. Los resultados de contenido son consecuencias concretas de una actividad de desarrollo comunitario: instalaciones comunitarias que se planifican y construyen, trabajos obtenidos y mejores ingresos, etc. Los resultados de proceso son consecuencias más sutiles de las actividades de desarrollo comunitario, tal como los cambios en la capacidad de actuación de la comunidad o "iniciativa".

Integrante/Ajeno

Los promotores del desarrollo comunitario normalmente son ajenos a las comunidades con las que trabajan. Incluso los activistas locales del desarrollo comunitario, al ver a sus comunidades como un objeto por "desarrollar" y mejorar, se vuelven ajenos en cierto sentido. Ver la comunidad desde "afuera" trae consigo la cuestión esencial de encontrar maneras de cambiarla. ¿Dónde intervenir? ¿En qué se debe uno centrar? ¿Cómo se debe tratar de intervenir?

Pistas para la intervención en los procesos comunitarios

Cada uno de los procesos comunitarios descritos anteriormente puede ser objeto de intervención. Uno se puede centrar en el liderazgo de la comunidad si lo considera clave, y tratar de encontrar formas en las se puede ayudar a la comunidad a mejorar su liderazgo. Un ejemplo obvio es alguna forma de capacitación sistemática de líderes. Se puede abordar el tema de la participación ciudadana, tratando de movilizar a los ciudadanos hacia alguna de forma de reflexión, análisis y acción. En este caso, los mecanismos posibles podrían ser encuestas a los ciudadanos para identificar las necesidades o ventajas de la comunidad, reuniones comunitarias o una variedad de técnicas de

Cuadro 1
Los procesos esenciales de la comunidad

Organizaciones, funcionamiento y desarrollo organizativo Definición de metas y planificación y toma de decisiones	Participación/ actividad de los ciudadanos Acción Liderazgo	→ Resultados: Proceso y contenido

desarrollo participativo, tales como la evaluación participativa, el mapeo comunitario participativo, etc. En tercer lugar, es posible concentrarse en la capacidad de la comunidad de desarrollar una visión, un plan estratégico y metas, o en ayudarla a mejorar su capacidad de tomar decisiones. Uno puede sentir que lo que necesita la comunidad, o lo que uno podría movilizar, es el desarrollo organizativo. Entonces cabría concentrarse en mejorar la estructura organizativa existente o, tal vez, ayudar a la comunidad a establecer su propia organización de desarrollo comunitario. Por supuesto que uno también podría dedicarse a acciones concretas como asistir a la comunidad en la preparación y redacción de propuestas, el diseño e implementación de proyectos, etc. Por último, uno puede centrarse, evidentemente, en varios de los procesos comunitarios simultáneamente. De hecho, mejorar el liderazgo suele traer consigo una mayor y más eficaz participación pública y, a la vez, una mejor participación pública puede llevar a mejorar el liderazgo. Todos estos factores pueden conducir a una planificación y toma de decisiones más eficaces y también a una acción más eficaz.

Es muy importante señalar la distinción entre los procesos comunitarios generales y las intervenciones. El solo hecho de que se esté realizando una capacitación de líderes (una intervención) no significa que el liderazgo realmente haya cambiado, ¡ni mucho menos mejorado! Es por ello que evaluar el carácter y la fuerza de las relaciones entre las intervenciones y los procesos comunitarios es crucial. En estas relaciones radica la mayor parte de nuestra teoría implícita sobre cómo funciona el desarrollo comunitario.

Es posible, por ejemplo, que el liderazgo sea un elemento clave en el avance del desarrollo de una comunidad, pero que se llegue a la conclusión de que la capacidad de intervenir eficaz y directamente en la calidad del liderazgo comunitario sea deficiente, por lo que uno podría decidir centrarse en otra cosa, como la movilización ciudadana, simplemente porque la relación entre intervención y proceso se considera más sólida y predecible.

Notas

1 "Agency" en inglés, que podría entenderse también como "autonomía" [N. del E.].

Bibliografía citada

Bell, C. y Newby, H. (1974). *Community studies: An introduction to the sociology of the community*. New York, Praeger.

Bromley, D. W. (1970). "On the economic viability of rural communities". Ponencia presentada en una conferencia del Montana State University College of Agriculture.

Brownell, B. (1950). *The human community*. New York, Harper and Row.

Certau, M. de (1986). *Heterologies: Discourse on the other*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

Cottrell, W. F. (1951). "Death by dieselization: A case study in the reaction to technological change" en *American Sociological Review*, Vol. 16, Nº 3.

Giddens, A. (1984). *The constitution of society*. Berkeley, University of California Press.

Inden, R. (1990). *Imagining India*. Oxford, Basil Blackwell.

Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York, Random House.

Luloff, A. E. y Swanson, L. E. (1995). "Community agency and disaffection: enhancing collective resources" en Beaulieu, L. J. y Mulkey, D. (eds.) *Investing in People: The Human Capital Needs of Rural America*. Boulder, Westview Press.

Morgan, A. E. (1942). *The small community, foundation of democratic life: What it is and how to achieve it*. New York, Harper and Row.

Voth, D. E.; Jardon, M. y Pell, W. F. (2000). "Chapter 3: Communities" en *USDA Forest Service, Southern Forest Experiment Station, Ozark-Ouachita Highlands Assessment: Social and Economic Conditions*, Vol. 4, *General Technical Report* Nº SRS-34. Asheville, North Carolina, Southern Research Station.

Warren, R. L. (1970). "Toward a non-utopian normative model of the community" en *American Sociological Review*, Nº 35.

Warren, R. L. (1973). *The community in America*. Chicago, Illinois, Rand McNally.

Warren, R. L. (1973). "The good community: what would it be?" en Warren, R. L. (ed.) *Perspectives on the American Community*. Chicago, Rand-McNally.

Wirth, L. (1938). "Urbanism as a way of life" en *The American Journal of Sociology*, Vol. XLIV.

Las instituciones, la iniciativa y las limitaciones de los planteamientos participativos del desarrollo

Frances Cleaver

a participación en el discurso del desarrollo

Se hacen alegaciones heroicas respecto de los planteamientos participativos del desarrollo. La participación de los miembros de la comunidad se supone que contribuye a una mayor eficiencia y efectividad de la inversión y que promueve los procesos de democratización y empoderamiento. Se asume que el acertijo de cómo asegurar la sostenibilidad de las intervenciones de desarrollo se puede resolver mediante la participación apropiada de los beneficiarios en el suministro y la administración de los recursos, servicios e instalaciones. Incluso se aduce que la participación constituye un "nuevo paradigma" del desarrollo (Chambers 1997).

Pese a alegaciones de tal envergadura, existen pocas pruebas de la eficacia a largo plazo de la participación en la mejora sustancial de las condiciones de las personas más vulnerables o como estrategia para el cambio social. Aunque hay evi-

Voth, Donald (2000). "Community and Community Development" en www.uark.edu/depts/hesweb/hdfsrs/rsoc4263/cdbook6.pdf. Reproducción autorizada por el autor.

dencia de eficiencia a pequeña escala, la que concierne al empoderamiento y la sostenibilidad es más parcial, tenue y depende de las aseveraciones en torno a la rectitud del planteamiento y el proceso, más que de pruebas convincentes de resultados. Existen críticas agudas a los planteamientos de participación en el desarrollo (Stiefel y Wolfe 1994; Biggs 1995a, 1995b), pero éstas parecen haber tenido poco impacto en los discursos sobre políticas y desarrollo.

Por lo tanto, la participación se ha convertido en un acto de fe del desarrollo, algo en lo que creemos y que rara vez cuestionamos. Este acto de fe se basa en tres preceptos principales: que la participación es intrínsecamente "algo bueno" (especialmente para los participantes); que concentrarse en "realizar bien las técnicas" es la manera principal de asegurar el éxito de dichos planteamientos; y, que las consideraciones de poder y de política en general se deben evitar por ser divisorias y obstructoras.

Al cuestionarla, mi intención no es negar la utilidad de una orientación centrada en las personas en materia de desarrollo, como han sugerido algunos críticos, ni descartar todo intento de desarrollo comunitario como bien intencionado pero ineficaz. Más aún, no soy una pesimista total respecto de dichos planteamientos. Más bien, los veo como prometedores, pero inevitablemente confusos y difíciles, con resultados aproximativos e impredecibles. Someterlos a un análisis crítico riguroso es tan importante como aseverar constantemente sus beneficios. El presente artículo esboza algunos de los fundamentos conceptuales de los planteamientos participativos e ilustra cómo su conversión en políticas y prácticas no coincide necesariamente con los efectos deseados. Al ilustrar estos puntos, me baso fuertemente en mi investigación sobre la acción colectiva y las instituciones que moldean la gestión de los recursos de propiedad comunal (Cleaver 2000) y en mi trabajo sobre género y gestión de los recursos de agua (Cleaver 1998a).

La eficiencia y el empoderamiento

Las teorías sobre los planteamientos participativos a menudo se plantean como clasificaciones dicotómicas de medios-fines (Oakley y otros 1991, Nelson y Wright 1995). Distinguen entre los argumentos de eficiencia (participación como herramienta para lograr mejores resultados del proyecto) y argumentos de equidad y empoderamiento (participación como un proceso que optimiza la capacidad de las personas de mejorar o cambiar sus vidas). Los discursos predominantes del desarrollo son prácticos y técnicos, centrados en imperativos de eficiencia dictados por el proyecto, con manifestaciones visibles y manejables de acción colectiva. Sin embargo, éstos a menudo se pasan por alto en la retórica del empoderamiento, que implícitamente se supone tener un mayor valor moral. El discurso del empoderamiento radical (con raíces en la filosofía de Freire) se asocia a la acción *tanto* individual *como* de clase, a la transformación de las estructuras de subordinación mediante cambios radicales en las leyes, los derechos de propiedad, las instituciones de la sociedad. El modelo de "participación" implícito es el de profesionales del desarrollo que trabajan con los pobres para luchar activamente por el cambio (Batliwala 1994). Estas ideas, asociadas al cambio estructural y a la acción colectiva facilitada por el Estado y en oposición a él, están un poco fuera de moda en el desarrollo, aunque el debate continúa en los estudios feministas y en la tradición participativa latinoamericana (por ejemplo, Fals Borda 1998, Jackson y Pearson 1998). El "empoderamiento", al convertirse en una palabra de moda en el desarrollo, un objetivo esencial de los proyectos, ha perdido su filo radical, desafiante, árido y transformador. El concepto de acción se ha vuelto individualizado, el empoderamiento despolitizado.

Si se analiza el empoderamiento en el marco de los proyectos, surgen una serie de problemas. A menudo no queda claro *a quién* se debe empoderar: la persona, la "comunidad" o categorías de personas como las "mujeres", "los pobres" o "los socialmente excluidos". Pero por lo general se evade el asunto de cómo estas categorías generalizadas de personas podrían ejercer el empoderamiento. Los mecanismos de dicho empoderamiento son asombrosamente claros (por ejemplo, empoderamiento del individuo mediante transacciones en efectivo en el mercado) o convenientemente vagos (como en los supuestos beneficios que supone para la gente participar en comités de gestión). El alcance y las limitaciones de los efectos del empoderamiento de cualquier proyecto se han explorado poco; la atribución de causalidad e impacto en disputa: la problemática del proyecto mismo.

La participación, el capital social y la inclusión

Se necesita conceptuar los planteamientos participativos más ampliamente para realizar análisis más complejos de las articulaciones entre intervención, participación y empoderamiento (Moser y Sollis 1991). Necesitamos comprender mejor la naturaleza de la vida de las personas fuera del proyecto, las interrelaciones complejas de los medios de subsistencia que tienen un impacto en un área y que probablemente repercuten en otras, y el potencial de consecuencias involuntarias debido a una intervención o acto voluntario (Giddens 1984, Long 1992).

Un distanciamiento de los proyectos con planteamientos de miras estrechas se puede apreciar en el interés actual por el papel del capital social en el desarrollo. Las ideas sobre cómo superar el problema de la exclusión social han vinculado los conceptos de comunidad, democracia, el papel clave de las organizaciones no gubernamentales, la responsabilidad individual y la ciudadanía. Los conceptos de participación se encuentran parcialmente subsumidos en ese discurso. El concepto de inclusión social enfatiza la participación en las estructuras e instituciones de la sociedad «más fundamentalmente, las estructuras participativas y comunicacionales, incluidas las nuevas formas de cooperación social a través de las cuales se crea y debate un sentido compartido del bien público» (IILS/PNUD 1997).

La tiranía de las técnicas

Gran parte del debate acerca de los planteamientos participativos se refiere a las técnicas apropiadas para descubrir las "realidades" de los pobres y asegurar su participación en la toma de decisiones. Una mirada rápida a la literatura sobre la participación en el desarrollo revela una enorme cantidad de trabajo respecto de las técnicas (Evaluación Rápida Participativa [ERP] y Aprendizaje Participativo en Acción [APA], etc.). Como solución al desarrollo con base local, tienen la ventaja de ser tangibles, de ser posibles de lograr en la práctica y de encajar bien con los métodos de los proyectos. Esta ortodoxia participativa basada en técnicas se ha vuelto cada vez más objeto de análisis crítico (Masse 1995, Goebel 1998). Biggs sugiere que este planteamiento de la participación no aborda adecuadamente los temas de poder y control de la información y otros recursos, y ofrece un marco inadecuado para desarrollar un entendimiento reflexivo crítico de los determinantes más profundos del cambio social y técnico. No es mi intención abordar exhaustivamente este debate, salvo señalar que estudiar y mejorar las técnicas participativas no puede sustituir a un examen más fundamental de los conceptos mismos que informan tales planteamientos, lo cual pasaré a hacer.

El lugar de la estructura y la iniciativa

Algunas de las dicotomías artificiales y las paradojas críticas del pensamiento actual sobre la participación y el desarrollo se pueden resolver si se analiza la relación iterativa entre estructura e iniciativa. Se han hecho muchos intentos por comprender las complejidades, la diversidad y las regularidades de

Movimientos sociales y participación comunitaria

los patrones de interacción entre los individuos y la estructura social; ejemplos provenientes de la teoría social incluyen a Giddens, Douglas (1987) y Granovetter (1992) y, entre los estudios de desarrollo, a Long y Long (1992) y Goetz (1996), entre otros. Sin embargo, tales reconcepciones y análisis críticos tienen poco impacto en la corriente principal del desarrollo tal como éste se presenta en las políticas y prácticas. Los conceptos de la acción individual que están detrás de los planteamientos participativos oscilan de un extremo a otro desde modelos de "elección racional" hasta de "ser social". Los primeros atribuyen el comportamiento individual a un interés propio calculador, los últimos a la cultura y las normas sociales. La estructura social se percibe diversamente como oportunidad o como restricción, pero se analiza poco; las articulaciones entre el individuo y las estructuras e instituciones del mundo social que habita el individuo no se han representado debidamente. Una alternativa conveniente y tangible se encuentra en la concentración ubicua en las *organizaciones* de la acción colectiva; entonces, *organizar a las organizaciones* se convierte en puntal central de los planteamientos participativos del desarrollo.

El debate a continuación se estructurará en función de un intento por resaltar algunos de estos temas e ilustrar el valor de un análisis que considere el papel tanto de la estructura social como de la iniciativa individual para darle forma a la participación.

Institucionalismo

El discurso de la participación está fuertemente influenciado por el nuevo institucionalismo; las teorías que sugieren que las instituciones ayudan a formalizar las expectativas mutuas de comportamiento cooperativo permiten la aplicación de sanciones en ausencia de una cooperación y, por lo tanto, reducen los costos de las transacciones individuales. Las instituciones sociales se perciben como soluciones ingeniosas a los problemas de confianza y mala conducta en la vida económica, ya que pueden hacer que trampear y gorronear resulten actividades demasiado costosas (Granovetter). Las instituciones (más comúnmente conceptualizadas como *organizaciones*) son muy atractivas para los teóricos, los responsables de formular políticas y los profesionales del desarrollo, ya que ayudan a hacer que la idea de "comunidad" sea legible y codifican la conversión del emprendimiento individual en uno colectivo de una manera visible, analizable y susceptible de intervención e influencia (Scott 1998).

En los planteamientos participativos se considera que las instituciones son particularmente importantes. Las asociaciones, comités y contratos canalizan la participación de maneras predecibles y reconocibles, ya que aparentemente el objeto de muchas intervenciones de desarrollo es establecer las estructuras comunitarias que más claramente se asemejen a las estructuras burocráticas. (¿Una paradoja, sin duda, si parte de la justificación de los planteamientos participativos es que evitan las deficiencias del desarrollo proporcionado por las burocracias estatales?).

Las ideas respecto del capital social y la sociedad civil también son fuertemente institucionalistas, aunque a menudo vagas. A las manifestaciones visibles, a menudo formales, de asociación se les atribuye valor normativo y denotan iniciativa, responsabilidad, buena ciudadanía y compromiso democrático, además de supuestamente facilitar una actividad económica vibrante (IILS/PNUD, Putnam 1993).

La inclusión institucional, por tanto, se ha convertido en una corriente integral de los planteamientos participativos, un proceso que se supone que asegura una transferencia más eficiente del desarrollo, la inculcación de características deseables entre los participantes (responsabilidad, sentido de propiedad, cooperación, emprendimiento colectivo) y, por lo tanto, empoderamiento. Quedar excluido de las instituciones locales se considera indeseable, marginador, ineficiente. Dichos modelos institucionales de la participación pueden ser objeto de crítica por varios motivos.

La formalización y el funcionalismo

Hay una tendencia en la literatura sobre el desarrollo a reconocer la importancia de las instituciones sociales e "informales" pero, no obstante, a concentrarse en el análisis de las instituciones "formales" (Uphoff 1992a, 1992b).[1] El acento está puesto en los contratos, los comités y los derechos de propiedad para reducir los costos de transacción e institucionalizar las interacciones cooperativas (Brett 1996, Folbre 1996). Se considera que es más probable que los ordenamientos institucionales formalizados sean sólidos y duraderos que los informales, y algunas de las características deseables son: límites y grupos de usuarios claramente especificados, un sistema de reglas claras y sanciones contra los infractores, y mecanismos públicos de resolución de conflictos (Ostrom 1990). Una formalización así de la acción colectiva, se sugiere, hará que los ordenamientos locales sean más claros y transparentes. La formalización está estrechamente vinculada al evolucionismo en estos modelos. Una progresión general de formas tradicionales (implícitamente "débiles") de gestión a formas modernas ("fuertes", por consiguiente) se considera deseable y es donde se centra gran parte del "fortalecimiento institucional" en el desarrollo (INTRAC 1998). Una influencia muy grande en este aspecto ha sido el concepto de Elinor Ostrom de la posibilidad de "labrar" las instituciones para volverlas más adecuadas para el trabajo en cuestión. Este labrar por lo general implica la formalización con fines funcionales.

Estos modelos han sido criticados por su evolucionismo excesivamente simplista (Nelson 1995) y por su ceguera frente al contexto histórico y social. Existen pruebas que sugieren procesos más complejos y fluidos de evolución institucional, su flujo y reflujo según las circunstancias (temporada, intervención política, necesidad) y el uso *ad hoc* de distintos ordenamientos institucionales según sea apropiado, no necesariamente conforme a las actividades de los proyectos. Un modelo organizacional de la participación ignora el hecho de que muchas interacciones entre las personas también ocurren fuera de las organizaciones formales, de que las interacciones de la vida cotidiana podrían ser más importantes para darle forma a la cooperación que las negociaciones públicas. He ilustrado esto a propósito del uso y la gestión de los recursos de agua en Zimbabue (Cleaver 1995, 2000). Describo cómo, pese a la concentración de las agencias de desarrollo en la promoción de la participación comunitaria a través de los comités de puntos de suministro de agua, las instituciones locales para la administración del agua y los pastizales están profundamente integradas en las relaciones sociales. Por lo tanto, la administración depende del mantenimiento de una serie de áreas poco definidas y ambigüedades respecto de los derechos de acceso, el cumplimiento de reglas, el proceso continuo de negociación entre todos los usuarios, el fuerte principio de prevención de conflictos, y de que gran parte de la toma de decisiones ocurra mediante la adaptación práctica de las costumbres y normas y mediante el estímulo de las interacciones cotidianas.

Esto, por supuesto, no sugiere que las instituciones formales sean irrelevantes. En un proyecto en Tanzania, una administración local efectivamente surgió de la participación de organizaciones "formales", pero no las especificadas en los planes del programa. Este ejemplo demuestra cómo un enfoque estrecho de un proyecto para establecer nuevos mecanismos institucionales funcionales de participación (en este caso los grupos de usuarios de agua) puede restarle mérito a las actividades reales que los miembros de una comunidad emprenden a través de otros canales bien establecidos, familiares y adaptados localmente (véase el recuadro 1).

Las organizaciones, la participación y la representación

Los enfoques organizacionales de las instituciones contienen dos ideas fuertes y contrapuestas respecto de la participación individual. El enfoque de insti-

1 Ordenamientos locales, percepciones del "proyecto": Pozo poco profundo, aldea de Nyanguge, distrito de Magu, Tanzania

Este pozo se abrió en 1989 y surtía a esta aldea de 120 hogares. Cuando llegamos, varios niños recolectaban el agua en recipientes que amarraban a la parte trasera de bicicletas.

Este pozo contiene agua salobre y, por eso, sólo se usa en las mañanas para recoger agua destinada a usos domésticos y no para beber ni cocinar. Otro pozo cercano en la misma aldea se abre en las tardes para la recolección de agua dulce (estaba con llave cuando efectuamos nuestra visita). Hay seis cuidadores para las dos bombas (tres hombres y tres mujeres), y las vigilan por turnos de dos días cada uno.

Después de algunos años de descomposturas y fallas intermitentes, los miembros de la comunidad decidieron, a través de sus aldeas y ratificados por el consejo de la aldea, establecer un fondo de mantenimiento. En esta aldea, los hogares debían pagar TS500 al año y TS200 cada dos meses. Las cifras se decidieron en el consejo de la aldea después de calcular lo que costaría reemplazar las 12 bombas de la aldea si éstas se descompusieran. Hay 720 hogares en la aldea, de modo que la recaudación de fondos es potencialmente alta.

Este dinero es recaudado por los cuidadores, quienes entregan recibos a los hogares. Un cuidador entrevistado dijo que recaudaba el dinero visitando los hogares dos veces por semana y hablando con el jefe masculino del hogar. Por supuesto, es posible que la mujer influya en su esposo para que éste pague. Si alguien se rehúsa a pagar, se le prohíbe recolectar agua y los cuidadores regulan esto. El número de morosos es pequeño, pero la comunidad también decidió exonerar a las mujeres ancianas del pago debido a sus pocos recursos.

El personal de promoción del programa HESAWA dijo que planeaba regresar a esta aldea en la Fase 4 a fin de movilizarlos para establecer los Grupos de Usuarios de Agua requeridos a fin de asegurar la sostenibilidad. Sin estos Grupos de Usuarios de Agua, no se podía asegurar el mantenimiento local sostenible ni lograr los objetivos del proyecto.

Fuente: Cleaver y Kaare 1998

tuciones tipo comité está asociado a la participación a través de una representación democrática y centrado en la elección/selección de los integrantes del comité. Paradójicamente, también existe el fuerte supuesto de que las contribuciones individuales (verbales) son prueba de una participación significativa en las reuniones públicas. Estas nociones no concuerdan necesariamente con las normas y prácticas locales, e insistir en ellas podría tanto exagerar como ocultar la participación real de las personas (véase el recuadro 2).

¿Cuánta cabida dan los foros participativos que promovemos a través del desarrollo a estas complejidades? Existe el peligro de que, a menos que éstas se tomen en cuenta, las manifestaciones formales de los enfoques comunitarios del desarrollo se conviertan en sólo cáscaras vacías, y la toma de decisiones, las interacciones y acciones colectivas trascendentes ocurran en otro lugar.

Las instituciones socialmente integradas no son necesariamente "mejores" que las organizacio-

2 Toma de decisiones y representación participativas

Dos ejemplos plantean retos importantes a los conceptos predominantes de la participación en la toma de decisiones y la representación.

Por ejemplo, en una de mis aldeas de estudio en Zimbabue, se establecieron comités (Puntos de Agua, Comida para Trabajar, Preescolar, Desarrollo de la Aldea) según los requisitos de los gobiernos y organismos donantes. Sin embargo, la toma de decisiones y el debate rara vez ocurrían en los comités; cuando se producían, generaban una discusión acalorada y las decisiones rara vez se cumplían. Las decisiones sólo se consideraban válidas cuando todos los adultos potencialmente afectados por ellas estaban presentes. Esto, por supuesto, daba lugar a largos procesos de toma de decisiones llevados a cabo en reuniones grandes del pueblo. Las discusiones y las ideas que surgían en estas reuniones se seguían desarrollando a través de las interacciones cotidianas de las personas. Es interesante notar que la aldea mantenía actas de dichas "reuniones del pueblo" multipropósito y no de las reuniones de los comités funcionales.

Al estudiar un programa de agua y sanidad grande en Tanzania, advertimos la preocupación de los funcionarios del proyecto por la evidente disparidad entre el número de hombres y el número de mujeres que hablaban en las reuniones grandes de la aldea. Consideraban que se debían implementar medidas para asegurar una mayor participación de las mujeres. Sin embargo, las mujeres mismas explicaron su participación de manera diferente. Nuestras informantes indicaron que delegaban a una o dos mujeres, conocidas por su elocuencia, para hablar por ellas. Éstas no eran representantes formales, y podían ser seleccionadas en el curso de la reunión, según la necesidad. Pero las mujeres sentían que de esta manera su voz se oiría y sus prioridades se presentarían más eficazmente. En una reunión reciente, los pobladores debatieron sobre cómo gastar un exceso de fondos. Los hombres se pronunciaron por comprar cerveza y celebrar. Las mujeres, sin embargo, insistieron en que el dinero se gaste en una fuente de agua nueva. Y así fue. El triunfo del agua sobre la cerveza ilustró, según nuestras informantes, la eficacia de su modelo de participación en la toma de decisiones.

Fuente: Cleaver y Kaare 1998

nales, puesto que pueden sostener y reproducir configuraciones locales de inequidad y exclusión. Sin embargo, con sólo establecer organizaciones formales y especificar quienes serán sus integrantes no necesariamente se vence la exclusión, la subordinación o la vulnerabilidad. No, porque los factores estructurales más amplios que dan lugar a dichas condiciones y relaciones a menudo quedan inalterados. Codificar los derechos de los vulnerables debe ciertamente suponer medidas de alcance mucho más amplio que el requisito de figurar en comités o de hablar individualmente en reuniones.

Los mitos sobre la comunidad

Las ideas sobre las instituciones locales a menudo se basan en nociones problemáticas de la comunidad. En los planteamientos participativos del desarrollo la "comunidad" a menudo se considera una entidad social "natural" caracterizada por relaciones

de solidaridad. Se presupone que éstas se pueden representar y canalizar en formas organizacionales simples. Dichos supuestos son insatisfactorios por varios motivos.

Existe un fuerte supuesto en el desarrollo de que hay una comunidad identificable en una localidad dada y de que hay una alineación entre los límites naturales (recursos), sociales y administrativos. Por lo tanto, se establecen comités de desarrollo como representativos de "la comunidad". La supuesta autoevidencia de la "comunidad" persiste en nuestros planteamientos participativos pese a las pruebas considerables del carácter subjetivo, cambiante e imbricado de las "comunidades" y de la permeabilidad de los límites (IASCP 1998). Una concentración en los límites resalta la necesidad que tiene el desarrollo de ordenamientos administrativos claros, que más tiene que ver con la entrega de bienes e instalaciones que con un reflejo de algún ordenamiento social (véase el recuadro 3).

Los planteamientos participativos subrayan la solidaridad al interior de las comunidades; los procesos de conflicto y negociación, inclusión y exclusión rara vez se investigan. Los modelos de "solidaridad" comunitaria, en los cuales se basa buena parte de la intervención de desarrollo, puede que reconozcan la estratificación social pero, no obstante, suponen alguna concordancia subyacente de intereses (Li 1996). Por ejemplo, el personal de campo de un programa comunitario de agua y sanidad en Tanzania se mostraba renuente a hablar públicamente de las diferencias socioeconómicas en las comunidades con las que trabajaban o a siquiera admitir que existían. Habían eliminado la calificación de riqueza de sus ejercicios de ERP, temiendo que esto resaltara las diferencias, y consideraban que el reconocimiento público de las diferencias era incompatible con la cooperación necesaria para que el proyecto funcione sin tropiezos (Cleaver y Kaare 1998).

Más realistamente, podríamos ver en una comunidad tanto solidaridad como conflicto, alianzas cambiantes, estructuras de poder y sociales. Muchos trabajos recientes respecto de la gestión de recursos de propiedad comunal reconocen el papel de las comunidades en la administración de los conflictos internos y diversos autores han ilustrado el carácter cambiante e histórica y socialmente situado de las instituciones comunitarias, así como las dimensiones de poder de las manifestaciones públicas de acción colectiva (Peters 1987, Goebel).

Los profesionales del desarrollo hacen un trabajo excelente perpetuando el mito de que las comunidades son capaces de cualquier cosa, de que todo lo que se necesita es suficiente movilización (a través de instituciones) para dar rienda suelta a las capacidades latentes de la comunidad en pro del desarrollo. Hay pocas pruebas que sustenten tales argumentos. Aun cuando una comunidad parezca bastante motivada, dinámica y bien organizada, se presentan se presentan limitaciones severas debido a las deficiencias en los recursos materiales y las restricciones estructurales muy reales que impiden el funcionamiento de las instituciones comunitarias (véase el recuadro 4).

La cultura y el fundacionalismo

Ideas contradictorias acerca de la naturaleza de la "cultura" se presentan prominentemente en los discursos del desarrollo sobre la comunidad y la participación. La cultura se percibe diversamente como una restricción (por ejemplo, que restringe la participación de las mujeres en las actividades de desarrollo), el "pegamento" que mantiene unida a la comunidad (la supuesta herencia "cultural" de solidaridad y cooperación de alguna edad de oro pasada) y un recurso para ser explotado en el desarrollo (en cuanto a usar la "autoridad" de los líderes "tradicionales" para legitimar las intervenciones de desarrollo).

Las perspectivas positivas de la cultura local (la cultura como pegamento de la comunidad, una forma de capital social) tienden hacia un profundo fundacionalismo respecto de las comunidades y sus pobladores (Sayer y Storper 1997). Hay elementos de esto en los escritos de Robert Chambers, donde se atribuye un valor moral al conocimiento, las actitudes y las prácticas de "los pobres", cuyo potencial debe ser liberado por el desarrollo. Pero entonces, ¿cómo afrontamos situaciones en las que la "cultura local" es opresiva para ciertas personas, en las que la

3

Comunidades múltiples, fronteras permeables

Al investigar el caso de Zimbabue, se me hizo evidente que la idea de una comunidad definida administrativamente reflejaba deficientemente la riqueza y complejidad de las redes locales de uso de recursos, toma de decisiones e interacción. Por lo tanto, aunque los recursos de agua se administraban en los puntos de agua y a nivel de la aldea, las decisiones sobre los pastizales concernían a un grupo más extenso de personas provenientes de distintos lugares de tres aldeas. Las ceremonias culturales, como la de atracción de la lluvia (sin duda una ocasión para reforzar la comunidad), también abarcaban a una población más amplia y diversa que la de la aldea. Al analizar las redes sociales en las que participaba mi anfitriona, activa y dinámica, se me hacía difícil identificar una sola "comunidad" o incluso una dominante. Su vida transcurría a través de interacciones superpuestas entre la familia extendida (rural y urbana), la localidad física, la localidad cultural y de uso de recursos más amplia, los grupos definidos de desarrollo (para costura, ahorros, cultivo de vegetales), la iglesia (una "comunidad" local e internacional fuerte) y la escuela donde ella enseñaba, con sus propias redes de maestros, alumnos y familias. Más aún, una revisión histórica de los avatares de su familia durante este siglo reveló el carácter constantemente cambiante de dichas redes, a medida que la población se asentaba y era reasentada (por la fuerza), que el gobierno introducía estructuras administrativas nuevas o reformaba las antiguas, que las poblaciones cambiantes y crecientes creaban patrones diferentes de uso de los recursos naturales, y que los matrimonios y migraciones de los miembros de la familia modificaban la red de la familia extendida.

Fuente: Cleaver 1996

4

Los límites de la participación

Los pobladores de la aldea de Sando en el distrito de Nkayi, Zimbabue, habían construido su propia escuela, establecido una variedad de clubes generadores de ingresos, y tenían altos niveles de actividad asociativa. Era, en todo sentido, una comunidad creativa, admirada por los funcionarios del distrito y los vecinos por su autosuficiencia y resistencia. Sin embargo, no habían logrado asegurar el funcionamiento de su pozo ni conseguir fuentes alternativas adecuadas de agua, un problema debido en parte a su ubicación (al interior del bosque, alejada de las oficinas del distrito, en una zona donde la capa freática está a más de 100 m de profundidad), a su falta de influencia política (una población pequeña), sus bajos ingresos y las restricciones del gobierno para financiar instalaciones nuevas. Aunque habían establecido un fondo para la compra de una bomba de molino de viento, creado un sistema de recaudación de dinero de las familias y definido quiénes estarían exonerados del pago (los recién casados), no habían podido recaudar suficiente dinero para obtener la nueva bomba. Varios años después de establecer el Fondo para el Molino de Viento, todavía no contaban con un suministro de agua adecuado y se veían obligados a viajar 10 km para usar el pozo de otra aldea.

Fuente: Cleaver 1996

"tradición" se opone a los impulsos modernizadores de los proyectos de desarrollo? ¿Por qué vemos tan poco debate en torno a estas tensiones en la literatura sobre el desarrollo? ¿Es por temor a criticar las prácticas locales y ser vistos como los profesionales tan rotundamente condenados en el trabajo de Chambers? ¿No corremos el peligro de pasar de una posición insostenible (nosotros sabemos lo que es mejor) a otra igualmente insostenible y perjudicial (ellos saben lo que es mejor)?

El modelo de los individuos

Los planteamientos participativos también se pueden criticar por su modelo inadecuado de la acción individual y los vínculos entre ésta y la estructura social. Pese a los fuertes vínculos supuestos entre la participación individual y la responsabilidad, hay poco reconocimiento de los diversos medios de subsistencia, de las motivaciones e impactos del desarrollo en los individuos en el tiempo. De hecho, los proyectos que se concentran fuertemente en las instituciones como herramienta de desarrollo a menudo ven a las personas como "insumos", como el "recurso humano" (véase, por ejemplo, Khan y Begum 1997). Las diferencias sociales se reconocen a través de la categorización de las personas en papeles generales ocupacionales o sociales: "mujeres", "agricultores", "líderes" y "los pobres".

Paradójicamente, los modelos de motivación y acción individual en los planteamientos participativos oscilan entre lo subsocializado y lo sobresocializado (Granovetter). El concepto del «hombre económico racional» está tan profundamente arraigado en el pensamiento sobre el desarrollo que su influencia se siente fuertemente aun cuando la labor de desarrollo esté relacionada con actividades que no son directamente productivas: con la comunidad, la acción social, la ciudadanía. Sin embargo, a menudo hay un supuesto simultáneo y bastante vago del "ser social" a cuya mejor naturaleza se puede recurrir en beneficio de la comunidad y el desarrollo. En ambas abstracciones, se soslayan las posiciones complejas de individuos y grupos verdaderos.

Incentivos, racionalidad y participación

Aunque la literatura participativa a menudo es bastante vaga acerca de los incentivos que persuadirán a la gente a participar, está infectada por el funcionalismo y el economismo generalizados en las teorías sobre el desarrollo. Se presupone que las personas encontrarán que, racionalmente, si participan es por su bien, ante las aseveraciones de los beneficios consiguientes (particularmente en relación con los proyectos "productivos") o, en mucha menor medida, porque perciben que hacerlo es socialmente responsable y resulta en un beneficio del desarrollo de la comunidad en su conjunto (particularmente en relación con proyectos de bienes públicos). Es interesante señalar que muchas políticas se esfuerzan considerablemente por vincular la participación a la responsabilidad social, porque caracterizan la no participación como irresponsable y, a la vez, por definir beneficios que, en realidad, podrían ser de largo plazo —acumulativos y comunitarios— en lugar de representar una ventaja inmediata para el individuo. Dichas posturas están bien ilustradas en la literatura sobre la participación de las mujeres en los proyectos de agua, respecto de las ventajas de ahorro de tiempo derivadas de suministros mejores y de los supuestos beneficios económicos para las mujeres, tomadas individualmente, de pagar por el agua (para una crítica véase Cleaver y Lomas 1996).

Al explicar las motivaciones para participar, se considera que las normas sociales ocupan un segundo lugar frente a la racionalidad económica; se piensa que las relaciones sociales y la participación están, en última instancia, al servicio de los fines del desarrollo económico. Dichas percepciones dejan poco espacio para las motivaciones psicológicas personales, para la necesidad que las personas tienen de ser reconocidas, para el respeto o el sentido de propósito, que podrían ser independientes de otros beneficios materiales. Los informes sobre la participación de hombres jóvenes en actividades comunitarias en Zimbabue y St. Vincent ilustran este punto (Cleaver 1998b, Jobes 1998). Tampoco se reconoce adecuadamente cómo las complejidades de las relaciones de reciprocidad difusas y de largo plazo en el transcurso de la vida moldean la participación (Adams y otros 1997, Cleaver 2000).

La fragilidad de un modelo conceptual que relaciona directamente la motivación y la participación individual con la recepción de beneficios se puede ilustrar con el ejemplo siguiente. Se asevera comúnmente que las mujeres deben participar más plenamente en la mejora y la gestión de los suministros de agua porque ellas son las principales portadoras y usuarias del agua doméstica. Se aduce que, debido a este papel, tienen mayores incentivos para participar y que los resultados de dicha participación (mayor sentido de propiedad y responsabilidad que conduce a mejores suministros) las beneficiará directamente. Sin embargo, un análisis del uso del agua y de la toma de decisiones en la realidad nos lleva a cuestionar dichos supuestos. Las mujeres que están en posición de hacerlo (mujeres mayores, más acomodadas, de mejor posición) suelen delegar el transporte del agua en otras mujeres y hombres (parientes, vecinos pobres, trabajadores contratados) y, en gran medida, en niños. Quien usa el agua, quien toma las decisiones, quien administra y quien se beneficia, por lo tanto, son papeles no siempre encarnados en una sola persona. ¿Participan los niños y los jóvenes en la toma de decisiones públicas sobre la mejora o la gestión del suministro de agua? ¿Tienen las personas en quienes se delega el trabajo relativo al agua un fuerte interés en reducir el tiempo que toma transportar el agua y mejorar los suministros? Quizá suplementan sus medios de subsistencia con el trabajo concerniente al agua; quizá forma parte de una red compleja de intercambio recíproco de la cual dependen. ¿Hay que excluir a las ancianas de los procesos participativos de toma de decisiones respecto de las mejoras en el suministro de agua porque ya no la transportan ellas mismas?

Identidades posicionadas, costos diferenciales y beneficios

Los planteamientos funcionales de los proyectos de participación toman poco en cuenta que examinar la motivación ayuda a ver a una persona posicionada de diversas maneras, con relaciones sociales conferidas por identidades sociales *específicas* (Giddens) y, en palabras de Long, a descubrir que las personas siempre se enrolan sólo parcialmente en los proyectos de otros (Long 1992).

Según Giddens, las acciones de los agentes humanos debieran ser vistas como un proceso más que como un agregado de intenciones, razones, motivos y actos separados; gran parte de nuestro contacto cotidiano no está directamente motivado. Al indagar la modelación de la acción en forma de actos individuales, Giddens llama la atención sobre la diferencia entre buena cantidad de la actividad cotidiana rutinaria —que forma parte de la "conciencia práctica"— y eso de lo que los actores podrían ser discursivamente conscientes, que podrían analizar y en torno a lo que podrían reflexionar. Un elemento crucial en tales interpretaciones alternativas es el papel de la iniciativa a la hora de procesar la experiencia y moldear la acción, y el papel de la estructura tanto en posibilitar como en restringir dichas opciones.

En los planteamientos participativos, el individuo generalmente se define en relación con el carácter funcional del proyecto. Recibe poco reconocimiento la posición social cambiante de las personas en el curso de la vida, los costos y beneficios variables según las diferentes situaciones de los individuos, las preocupaciones contrapuestas y complementarias respecto de la producción y la reproducción. La edad, el género, la clase y la iniciativa individual pueden todos moldear la voluntad y capacidad de participar de las personas. Por ejemplo, aunque para las mujeres jóvenes pobres con niños pequeños normalmente es difícil participar públicamente en los proyectos de de-

sarrollo por su carga de actividades productivas y reproductivas, algunas encuentran maneras de hacerlo, mientras que otras atienden a sus necesidades de diversas maneras, tal como se ilustra en el recuadro 5.

Contrariamente a las aseveraciones optimistas ubicuas sobre los beneficios de la participación pública, existen muchos ejemplos documentados de situaciones en las que la gente encuentra que es más fácil, *más* beneficioso o habitualmente familiar no participar (Adams y otros, Zwarteveen y Neupane 1996). La no participación y el no cumplimiento pueden ser tanto una estrategia "racional" *como* una práctica inconsciente producto de la rutina, las normas sociales y la aceptación del statu quo. Un estudio fascinante de Zwarteveen y Neupane sobre el manejo de la irrigación en Nepal muestra que algunas mujeres, constreñidas por las ideas imperantes sobre los papeles de género apropiados, consideraron que era más beneficioso *no participar* en la asociación de riego. En

5

Diversas estrategias de participación y cumplimiento

Dos mujeres en circunstancias similares en la misma aldea exhibieron formas muy distintas de cubrir sus necesidades de subsistencia. Ambas tenían maridos residentes pero sin trabajo, hijos pequeños, tierra pobre y no tenían ganado:

La Sra. CN no participaba en las reuniones de la comunidad y dependía de la asistencia ocasional de su marido. Ella no contribuía a ningún proyecto de desarrollo. Más bien, recurría a las relaciones de parentesco, esperando a que sus parientes más pudientes le prestaran ganado para arar, pidiendo asistencia de la familia extendida para pagar los gastos escolares, e incluso comida durante los meses de sequía.

La Sra. Z, por otro lado, quien enfrentaba problemas similares, se había convertido en la representante de una ONG local (ORAP), cuya mayor ventaja era que se basaba en los conceptos tradicionales de asistencia y trabajo comunal, pero organizados de maneras nuevas. Tradicionalmente, si una persona convoca al trabajo comunal para trabajar en sus terrenos, el anfitrión debe suministrar cerveza y comida, una condición que pocas personas pobres pueden cumplir. En virtud de los arreglos hechos por ORAP cualquier miembro del grupo de desarrollo puede pedir la asistencia de los demás, pero sin el requisito de suministrar refrigerios.

Otro ejemplo sugiere que "hacer trampa" podía ser una estrategia viable:

En la aldea de Eguqeni observé que la Sra. PN rompía reiteradamente las reglas de la comunidad al usar la bomba de agua comunal en las horas en que estaba cerrada, aparentemente sin recibir ningún tipo de castigo ni desaprobación. Cuando se les preguntó, los pobladores indicaron que esto era aceptable en su caso porque ella tenía muchos hijos y vivía lejos de la bomba. En vista de sus restricciones laborales y la distancia, sería difícil para ella recolectar suficiente agua para sus necesidades básicas durante las horas de apertura especificadas, ya que, en el tiempo que le tomaba llevar un cubo de agua a casa y regresar, la bomba ya estaría cerrada otra vez. Su reputación de persona trabajadora y el hecho de ser pariente (distante) política del presidente de la bomba sin duda contribuyeron a que pudiera romper las reglas de la comunidad sin ninguna represalia.

Fuente: Cleaver 1996

lugar de eso, conseguían su agua en parte a través de la participación de los miembros masculinos de su hogar, a través de otros parientes y redes de vecinos, y en parte mediante robos y hurtos. Su ausencia de la asociación formal de usuarios hacía mucho más fácil hacerlo sin ser detectadas ni censuradas.

Recientemente, ha habido varios llamamientos a reconocer tanto los costos como los beneficios de la participación (Mayoux 1995), pero sin que se haga mucho seguimiento, ya que la opinión generalmente aceptada es que la participación es "algo bueno". Si asumimos que los costos y beneficios inciden de maneras diferentes, ¿dónde nos deja esto, por ejemplo, en cuanto a las políticas de participación de "los pobres" en el desarrollo? Además, ¿cómo articulamos la evaluación de dichos costos y beneficios con un modelo de opción y voluntarismo? Parece que en lo que respecta a los pobres, sus opciones podrían ser sumamente limitadas y el ámbito de variación de la acción muy restringido. Puede que no tengan los recursos para una participación eficaz y, sin embargo, sigan siendo vulnerables en sus estrategias de subsistencia debido a las estructuras de parentesco y sociales existentes. La participación en proyectos de suministro de agua en lugares donde hay escasez y es difícil conseguir suficiente para cubrir las necesidades básicas, no se trata tanto de una opción (o una expresión de iniciativa), sino más bien de una necesidad impuesta por una restricción.

Interpretación de la inclusión y la exclusión

La relación iterativa entre la estructura y la iniciativa queda ilustrada por la variabilidad en la participación individual. El reconocimiento de que la participación pública de los individuos puede ser negociada y mediada al interior de los hogares y comunidades, y moldeada por las normas sociales y estructuras imperantes, plantea preguntas cruciales acerca del alcance de la iniciativa personal y el poder de la restricción estructural. En el ejemplo de las mujeres y el agua en Nepal citado anteriormente, algunas optaron por no participar en la asociación de riego en parte porque consideraban que hacerlo las obligaría a seguir reglas que no les favorecían. Sin embargo, al remitirse al papel "apropiado" para justificar su no participación, ¿estaban ellas ejerciendo su iniciativa o simplemente cediendo a su subordinación estructural de género, o ambas cosas? Las dudas sobre los méritos de ser incluidos en los proyectos de desarrollo desde el punto de vista de conservar la libertad individual son comunes, lo que sugiere un análisis sofisticado de la gente sobre los instrumentos estructurales de su subordinación y una ceguera frente a esto de parte de los organismos de desarrollo (Long 1992, Scott 1985).

La literatura sobre el desarrollo participativo sostiene ideas excesivamente simplificadas sobre el carácter beneficioso de la participación para la gente, y pasa por alto los vínculos potenciales entre inclusión y una posible subordinación. Sería provechoso examinar los temas de empoderamiento y subordinación más críticamente, reconocer que no son necesariamente condiciones diametralmente opuestas (Jackson 1998) y buscar lecciones en la literatura sobre participación e inclusión fuera del campo del desarrollo (Willis 1977, Allen 1997, Croft y Beresford 1996). Es importante recordar que "comunidad" se puede usar como una definición de exclusión, así como de inclusión, que asociar los conceptos de responsabilidad, apropiación y cohesión social con las entidades locales (que podrían remitirse a diferencias religiosas, étnicas y de localización en su definición) no es necesariamente compatible con la universalización de la igualdad o con los derechos de individuos particulares. Las tendencias excluyentes se pueden ver agravadas en el desarrollo participativo local, como lo demuestra un ejemplo sobre las ideas cambiantes respecto del acceso al agua (véase el recuadro 6).

Conclusión: una reevaluación de los planteamientos participativos

La "participación" en las actividades de desarrollo se ha convertido en un ejercicio de gestión basado en "cajas de herramientas" de procedimientos y técnicas. Se la ha separado de sus raíces radicales: ahora hablamos de resolución de problemas a través de la participación en lugar de problematización, compromiso crítico y clase (Brown s. f.). Este enfoque limitado de la participación da lugar a una serie de tensiones críticas o paradojas. Subrayamos la conveniencia del empoderamiento, pero los enfoques de los proyectos siguen priorizando la eficiencia. Reconocemos la importancia de las instituciones, pero centramos nuestra atención sólo en las organizaciones locales formales y visibles, pasando por alto las numerosas actividades comunitarias que ocurren en las interacciones cotidianas y los ordenamientos socialmente enraizados. El gran énfasis en la participación de los individuos y su potencial empoderamiento no se ve respaldado por análisis convincentes de las posiciones individuales, de la variabilidad de los costos y beneficios de la participación, o de las oportunidades y restricciones experimentadas por los potenciales participantes. Es el momento oportuno para un reanálisis crítico de los "enfoques participativos".

Muchas alegaciones sobre la participación, la mayoría de las cuales aseveran que es algo bueno, quedan por demostrarse. Necesitamos una recopilación detallada de las pruebas empíricas respecto de los efectos de la participación; es de sorprender que, pese a casi dos décadas de implementación de enfoques participativos, carecemos de ellas. Las herramientas bien desarrolladas de Evaluación Rápida Participativa y Aprendizaje Participativo en Acción (ERP/APA), que actualmente presuponen la conveniencia de la participación y se utilizan comúnmente como actividades prescriptiva en los proyectos de desarrollo, podrían adaptarse eficazmente para investigar las relaciones de poder, descubrir la variabilidad en las percepciones que las personas tienen de los costos y beneficios de la participación, y la complejidad de sus motivaciones.

Se necesitan más pruebas y análisis empíricos para determinar si las estructuras de los proyectos participativos incluyen/protegen/garantizan los intereses de los pobres y *cómo* lo hacen. ¿*Exactamente* cuáles son los vínculos entre la participación de individuos pobres y el logro de su bien social y económico? Para comprender esto se requieren análisis sobre comunidades "competentes" y proyectos participativos "exitosos" que se centren en el proceso, en la dinámica de poder, en los patrones de inclusión y exclusión. Éstos podrían hacerse mediante la documentación de los procesos de dinámica de conflictos, creación de consensos y toma de decisiones en las comunidades, y no sólo mediante el registro de las actividades relacionadas con el proyecto.

Comprender cómo la participación beneficiaría a los pobres también podría implicar que se identifique el papel de los organismos de desarrollo para que sean mejores y más receptivos en cuanto al fomento de formas más eficaces y equitativas de participación (Jarman y Johnson 1997, Thompson 1995) o que se ofrezca acción estatal para reemplazar o reforzar la participación de la comunidad cuando los costos de hacerlo son muy altos para los participantes. Varios estudios ahora vinculan el campo del cambio social a la acción estatal impulsada por movimientos populares políticos y sociales (por ejemplo, véase Deere y León 1998), y haríamos bien en dejar de concentrarnos solamente en los detalles prácticos institucionales de los proyectos de desarrollo y considerar la dinámica más amplia del cambio social y económico.

He sugerido que podríamos entender mejor los procesos participativos mediante un planteamiento que tome en cuenta la relación entre la estructura social y la iniciativa individual, particularmente para comprender mejor a las instituciones involucradas en la participación y a los individuos implicados.

Se necesita una visión más dinámica de las "instituciones" y de la "comunidad", una que incorpore las redes sociales y que reconozca las relaciones de poder contingentes y dispersas, y la naturaleza tanto excluyente como incluyente de la participación. Necesitamos entender mejor las normas locales de toma de decisiones y representación, cómo éstas cambian y se negocian, cómo las personas pueden afectar indirectamente los resultados sin una participación directa.

También es necesario formular una modelación más compleja de las preocupaciones permanentes por el sustento y del carácter negociado de la participación, así como hacer una evaluación más sincera de los costos y beneficios que supone para las personas participar en los procesos de desarrollo dirigidos por organismos o por el Estado. Para poder hacerlo, tenemos que ser capaces de analizar los recursos que la gente necesita para poder participar en las iniciativas de desarrollo y encontrar maneras de evaluar cuáles son los planteamientos participativos que son de bajo costo y de alto beneficio para los pobres.

En conclusión, veo la necesidad de una reevaluación radical de la conveniencia, viabilidad y eficacia de las iniciativas de desarrollo basadas en la participación comunitaria. Esto implica replantear no sólo la relación entre individuos distintamente posicionados y la estructura social histórica y espacial,

6

Inclusión y exclusión, participación y derechos de acceso al agua

En el distrito de Nkayi, al oeste de Zimbabue, hay normas aceptadas por todos, que rigen la administración del acceso al agua.

Se evidencia en los puntos de agua una jerarquía de usuarios "legítimos" que cubre desde los residentes propiamente locales con derechos de uso indiscutibles, hasta otros más distantes cuyos derechos de uso son condicionales. Los usuarios "condicionales" negocian el acceso a los puntos de agua (a menudo mediante parentesco y apelaciones a la costumbre), pero están expuestos a la exclusión. Sin embargo, la idea profundamente arraigada de que el acceso universal al agua constituye un derecho asegura que, en general, los usuarios "condicionales" puedan cubrir sus necesidades de agua.

Los derechos de acceso se ven complicados por las iniciativas de desarrollo participativo que subrayan el concepto de "propiedad" de las fuentes de agua, ya que especifican que sólo quienes hayan participado en la implementación (por medio de la provisión de mano de obra y materiales) se han ganado el derecho de ser considerados propietarios. La participación en la implementación generalmente se organiza sobre la base de la residencia cercana al punto de agua. Dicha diferenciación entre usuarios no tiene mayor impacto hasta que llega la temporada seca u ocurren sequías prolongadas, cuando se restringe la norma general socialmente arraigada de permitir que todos extraigan agua. En los meses de sequía, los derechos de los usuarios "condicionales" se ven severamente restringidos; tienen que esperar a que todos los demás hayan recolectado agua y, a menudo, no queda suficiente para ellos. Se considera cada vez más que no son los "propietarios legítimos" de una fuente de agua en particular. Con frecuencia, se trata de personas pobres, sus lugares de residencia son espacialmente marginales y su capacidad de participar en la toma de decisiones comunitarias es limitada debido a su pobreza. Las iniciativas de desarrollo participativo, por tanto, podrían reforzar la marginación de los hogares pobres y periféricos.

Fuente: Cleaver 1996

sino también el papel de los individuos, los hogares, las comunidades, los organismos de desarrollo y el Estado.

Notas

1 Los términos "formal" (moderno, burocrático, organizacional) e "informal" (social, tradicional) utilizados respecto de instituciones son convenientes, pero equívocos. Las instituciones tradicionales y sociales pueden ser altamente formalizadas, aunque no necesariamente de las maneras burocráticas que nosotros reconocemos. Asimismo, en los estudios sobre organizaciones existen muchas referencias a sus dimensiones informales. Una terminología alternativa podría caracterizar a las instituciones como "organizacionales" o "socialmente enraizadas", para representar con más precisión el uso real de los términos. Evidentemente, los dos términos no son excluyentes; la dicotomía es falsa.

Bibliografía citada

Adams, W.; Watson, E. y Mutiso, S. (1997). "Water Rules and Gender: Water rights in an indigenous irrigation system" en *Development and Change*, 2. Marakwet, Kenya.

Allen, T. (1997). "Housing renewal—Doesn't It Make You Sick?". Ponencia presentada en la Conferencia de la HSA. York University, abril 15-16.

Batliwala, S. (1994). "The Meaning of Women's Empowerment: New Concepts Form Action" en Sen, G.; Germain, A. y Chen, L. (eds.) *Population policies reconsidered: Health, empowerment and rights*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.

Biggs, S. (1995a). *Participatory Technology Development: A Critique of the New Orthodoxy*. Durban, Olive Information Service, AVOCADO series 06/95.

Biggs, S. (1995b). "Participatory technology development: Reflections on current advocacy and past technology development". Ponencia presentada en el taller Participatory Technology Development (PTD). London, Institute of Education, marzo.

Brett, E. A. (1996). "The participatory principle in development projects: The costs and benefits of participation" en *Public Administration and Development*, 16.

Brown, D. (s/f). "Strategies of social development: Non-government organization and the limitations of the Freirean approach" en *The New Bulmershe Papers*. Department of Agricultural Extension and Rural Development, University of Reading.

Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. London, IT Publications.

Cleaver, F. (1995). "Water in Weapon: The History of Water Supply Development in Nkayi District, Zimbabwe" en *Environment and history*, Vol. I. Cambridge, U. K., White Horse Press.

Cleaver, F. (1996). "Community Management of Rural Water Supplies in Zimbabwe". Tesis doctoral sin publicar. Norwich, University of East Anglia.

Cleaver, F. (1998a). "Gendered Incentives and Institutions: Women, Men and The Management of water" en *Journal of Agriculture and Human Values*, 15 (4).

Cleaver, F. (1998b). "There's a Right Way to Do It: Informal Arrangements for Local Resource Management" en *Waterlines* 16 (4).

Cleaver, F. (2000). "Moral ecological rationality: Institutions and the management of common property resources" en *Development and Change*, 31 (2).

Cleaver, F. y Kaare, B. (1998). *Social Embeddedness and Project Practice: A Gendered Analysis of Promotion and Participation in The Hesawa Programme, Tanzania*. University of Bradford for SIDA.

Cleaver, F. y Lomas, I. (1996). "The 5% 'Rule': Fact or Fiction?" en *Development Policy Review*, 14 (2).

Croft, S. y Beresford, P. (1996). "The politics of participation" en Taylor, D. (ed.) *Critical Social Policy: A reader*. London, Sage.

Deere, C. y León, M. (1998). "Gender, Land and Water: From Reform to Counter Reform in Latin America" en *Journal of Agriculture and Human Values*, 15 (4).

Douglas, M. (1987). *How Institutions Think*. London, Routledge and Kegan Paul.

Fals Borda, O. (1998). *People's participation: Challenges ahead*. London, IT Publications.

Folbre, N. (1996). "Engendering Economics: New Perspectives on Women, Work and Demographic Change" en Bruno, M. y Pleskovic, B. (eds.) *Annual World Bank Conference on Development Economics*. Washington, D. C., World Bank.

Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of stucturation*. Cambridge, U. K., Polity Press.

Goebel, A. (1998). "Process, perception and power: Notes from 'participatory' research in a Zimbabwean resettlement area" en *Development and Change*, 29.

Goetz, A.M. (1996). "Local heroes: Patterns of field worker discretion in implementing GAD policy in Bangladesh". *IDS Discussion Paper* Nº 358. University of Sussex.

Granovetter, D. (1992). "Economic action and social structure: The problem of embeddedness" en Granovetter, M. y Swedburg, R. (eds.) *The sociology of economic life*. Oxford, U. K., Westview Press.

IASCP (1998). *Crossing boundaries: Book of abstracts*. Séptima Conferencia de la International Association for the Study of Common Property. Vancouver, Simon Fraser University, junio 10-14.

IILS/PNUD (1997). *Social Exclusion and Anti-Poverty Strategies: Project on The Patterns and Cases of Social Exclusion and the Design of Policies to Promote Integration. A Synthesis of Findings*. Ginebra, International Institute for Labour Studies/ United Nations Development Programme.

INTRAC (1998). *ONTRAC: The Newsletter of the International NGO Training and Research Centre*, Nº 10.

Jackson, C. (1998). "Social Exclusion and Gender: Does one size fit all?" en *European Journal of Development Research* 2 (1).

Jackson, C. y Pearson, R. (eds.) (1998). *Feminist Vision of Development: Gender analysis and policy*. London, Routledge.

Jarman, J. y Johnson, C. (1997). *WAMMA: Empowerment in Practice* (a Water Aid Report). London, Water Aid.

Jobes, K. (1998). "PME under the spotlight: A Challenging Approach in St Vincent" en *Waterlines*, 16 (4).

Khan, N. A. y S. A. Begum (1997). "Participation in Social Forestry Re-Examined: A Case Study from Bangladesh" en *Development in Practice*, 7 (3).

Li, T. M. (1996). "Images of Community: Discourse and Strategy in Property Relations" en *Development and Change*, 27.

Long, N. (1992). "From Paradigm Lost to Paradigm Regained? The Case for an Actor Orientated Sociology of Development" en Long, N. y Long, A. (eds.) *Battlefields of knowledge: The Interlocking of Theory and Practice in Social Research and Development*. London, Routledge.

Long, N. y Long, A. (eds.) (1992). *Battlefields of knowledge: The Interlocking of Theory and Practice in Social Research and Development*. London, Routledge.

Mayoux, L. (1995). "Beyond Naivety: Women, Gender Inequality and Participatory Development" en *Development and Change*, 26.

Moser, C. y Sollis, P. (1991). "Did the Project Fail? A Community Perspective on a Participatory Primary Health Care Project in Ecuador" en *Development in Practice* 1 (1).

Nelson, N. (1995). "Recent Evolutionary Theorising About Economic Change" en *Journal of Economic Literature*, 33.

Nelson, N. y Wright, S. (eds.) (1995). *Power and Participatory Development: Theory and practice*. London, IT Publications.

Oakley, P. y otros (1991). *Projects with people: The Practice of Participation in Rural Development*. Genève, OIT.

Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. New York, Cambridge University Press.

Peters, P. (1987). "Embedded systems and rooted models" en McCay, B. y Acheson, J. A. *The question of the commons*. Tucson, University of Arizona Press.

Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Sayer, A. y Storper, M. (1997). "Ethics unbound: For a normative turn in social theory" en *Environment and Planning D: Society and Space*, 15.

Scott, J. C. (1985). *Weapons of the weak: Everyday Forms of Peasant Resistance*. London, Yale University Press.

Scott, J. C. (1998). Conferencia dictada en la Séptima Conferencia de la International Association for the Study of Common Property. Vancouver, Simon Fraser University, junio 10-14.

Stiefel, M. y Wolfe, M. (1994). *A Voice for the excluded: Popular participation in development*. London, Zed Books.

Thompson, J. (1995). "Participatory Approaches in Government Bureaucracies: Facilitating the Process of Institutional Change" en *World Development*, 23.

Uphoff, N. (1992a). "Local Institutions and Participation for Sustainable Development" en *Gatekeeper Series* 3. London, IIED.

Uphoff, N. (1992b). "Monitoring and evaluating popular participation in World Bank–assisted projects" en Bhatnagar, B. y Williams, A. (eds.) *Participatory Development and the Work Bank* (Discussion Papers Series Nº 183). Washington, D. C., World Bank.

Willis, P. (1977). *Learning to labour: How working class kids get working class job.* Farnborough, U. K., Saxon House.

Zwarteveen, M. y Neupane, N. (1996). *Free Riders or Victims: Women's Non-participation in Irrigation Management in Nepal's Chhattis Mauja Irrigation Scheme* (Research Report Nº 7). Colombo, International Irrigation Management Institute.

Las teorías de sistemas complejos

Extracto de *Reformular la comunidad como un sistema social complejo*

David J. Connell

Las teorías sobre sistemas complejos versan sobre teorías e ideas asociadas a la complejidad, que también son conocidas como "teorías de sistemas dinámicos", "teoría de la complejidad", "dinámica no lineal" y "dinámica de redes"; la autoorganización, la autopoiesis, las estructuras disipativas, los atractores caóticos y los fractales son algunas de sus teorías y conceptos clave (Capra 1996). La teorización sobre sistemas complejos está subsumida en el término más general *teorías de sistemas*, que incluye a las teorías de sistemas abiertos, las metodologías de sistema blando y las teorías de sistemas complejos.

El paradigma de las teorías de sistemas complejos

Las teorías de sistemas complejos aparecen como un paradigma alternativo al que presenta Jessie Bernard (1973) y se sugiere que este "nuevo lenguaje" para comprender la conexidad, las relaciones y el contexto de sistemas altamente integrados (Capra) también podría influir en el estudio de la comunidad. Las teorías de sistemas complejos se pueden caracterizar de manera general a partir de cuatro elementos: imprevisibilidad, la naturaleza del cambio, la unidad y la adaptación (Turner 1997). La primera característica clave es que los sistemas complejos son, por naturaleza, «inherentemente impredecibles». Por el contrario, la posibilidad de predecir un evento depende de dos supuestos: «que la cadena de causas es recuperable y que el universo es de naturaleza fundamentalmente determinista» (Turner 1997). Por ello, la primera consecuencia de adoptar un enfoque desde las teorías de sistemas complejos es que los esfuerzos encaminados a la predicción pueden reemplazarse por esfuerzos que tratan de entender dichos eventos de otras maneras. Según Turner, «impredecible» no significa necesariamente «no inteligible» o «inasequible al conocimiento y la comprensión».

La segunda característica clave de las teorías de sistemas complejos de Turner es su aplicabilidad para entender el cambio. Lo que antes se consideró el "margen de error" ahora se entiende como la retroalimentación asociada a la no linealidad. Esto aporta una visión alternativa de las "fuerzas" que se atribuyen al cambio social, tales como la modernización y la urbanización. Price (1997), por ejemplo, ubica la evolución en el contexto de las propiedades sistémicas globales: «Los teóricos de la complejidad afirman que las reglas locales producen propiedades globales, que los sistemas se dirigen hacia una creciente variación y complejidad, y que hay un "borde del caos" que lleva a un equilibrio entre el estancamiento y la anarquía». La lógica subyacente es que la sociedad llega a etapas críticas, es decir, puntos de divergencia en los que nuevos caminos se abren y llevan a nuevos niveles de complejidad.

Las teorías de sistemas complejos también cambian la forma de ver todo el sistema, específicamente las relaciones macro/micro. Tradicionalmente, se define un sistema como un todo integrado cuyas propiedades esenciales surgen de las relaciones entre sus partes (Capra). Sin embargo, este tipo de holismo, al ser visto como una reducción a la unidad, es tan problemático como el reduccionismo al que se oponen los teóricos de la complejidad. «El holismo suele ignorar las interacciones y la organización, mientras que la complejidad les presta atención» (Price). La tercera característica del paradigma de las teorías de sistemas complejos es que la sociedad se contextualiza en sus propias relaciones locales/globales. Al enfatizar las relaciones que existen dentro del sistema, en vez de la existencia del sistema como unidad, estas teorías restan importancia, hasta cierto punto, a la dificultad inherente de delinear los límites del sistema.

El concepto de adaptación, otra característica clave de las teorías de sistemas complejos, se deriva de estas relaciones locales/globales. El sistema se adapta a las perturbaciones que surgen en su entorno, es decir, sus estratos "superiores", que dan lugar a otra perspectiva de la estabilidad. «Un sistema adaptable complejo es uno en el que las interacciones dan lugar dinámicamente a fenómenos emergentes que son resistentes frente a las perturbaciones» (Smith 1997). En este contexto, es la capacidad de adaptación del sistema la que da lugar a la estabilidad. Y es el contexto, o el entorno, el que establece las restricciones que influyen sobre qué propiedades del sistema podrían surgir.

Esta descripción de los sistemas complejos es suficiente para diferenciarlos de los paradigmas del análisis comunitario de Bernard. Los sistemas complejos complementan los paradigmas globales de Bernard a la vez que abarcan los cuatro esquemas analíticos. Así, pues, el pensamiento a partir de sistemas complejos debe considerarse no sólo como una alternativa a los esquemas actuales; representa una forma posiblemente nueva de entender e investigar la comunidad. Aunque son una alternativa a los paradigmas existentes, puede considerarse que el pensamiento a partir de sistemas complejos se fundamenta en la tradición científica (Price). Al reconocer la necesidad de modificar el reduccionismo, las teorías de sistemas complejos responden a las limitaciones antes descritas. Reconstruyen el modelo científico clásico basado en la no linealidad, en lugar de deconstruirlo.

Una descripción breve de las principales teorías de la complejidad elucida cómo se puede aplicar una

Cleaver, Frances (2002). "Institutions, Agency and the Limitations of Participatory Approaches to Development" en Cooke, B. y Kothari, U. (eds.) *Participation: the New Tyranny?* London, ZED. Reproducción autorizada por la autora y la editorial.

aproximación no lineal y, en consecuencia, cómo se puede aplicar este enfoque al estudio de la comunidad. Se verá que la interacción es un concepto crucial en las teorías de sistemas complejos. Empezando por una definición básica de un sistema como un grupo de partes *interrelacionadas* e interdependientes (Costanza y otros 1993), el concepto de interacción aparece uniformemente en las teorías de sistemas complejos y es la clave de muchas disciplinas que han adoptado la complejidad (Smith). Luego se demostrará cómo la interacción proporciona el vínculo teórico entre la teoría de sistemas complejos y la comunidad.

Teorías de la complejidad

La emergencia —una hipótesis fuerte e intuitiva que es central a las teorías de sistemas complejos— se presenta aquí para introducir dos teorías de la complejidad; a saber, la autoorganización y las estructuras disipativas. La emergencia describe el fenómeno de ver cómo un orden espontáneo *emerge* del desorden (a diferencia de un cambio "planificado"). Específicamente, la emergencia se refiere al proceso en el cual los patrones de estructuras de nivel global surgen desde procesos interactivos de nivel local (Mihata 1997).

> «Lo que define esta propiedad emergente es que no se puede entender meramente como un producto acumulativo de las entidades o partes del sistema, sino como algo que surge a través de su organización. La interacción suele producir [...] formas que no se pueden entender a través de descomposiciones lineales sencillas de los sistemas en sus partes interrelacionadas. La dificultad de estudiar estas interacciones complejas se ha convertido en el centro de la investigación sobre los sistemas complejos, que son sistemas en los que las interacciones entre las partes están marcadas por una dinámica no lineal» (Smith).

Esta descripción de la emergencia resume las características intuitivas de las teorías de sistemas complejos descritas anteriormente. Además, contextualiza las teorías de autoorganización y de estructuras disipativas. La autoorganización es una teoría que se refiere a la habilidad propia de todo el sistema de responder al desorden. La de las estructuras disipativas, que son un aspecto más puntual de la autoorganización, es una teoría sobre cómo el sistema logra el equilibrio entre el orden y el desorden, es decir, una teoría de la autorregulación del sistema. Como tal, la emergencia, la autoorganización y las estructuras disipativas están interrelacionadas y pueden ser utilizadas para describir diferentes aspectos de la estructura, el proceso y el patrón de los sistemas complejos.

La autoorganización

La autoorganización es una característica fundamental de los sistemas complejos. La parte "auto" significa que esta habilidad proviene del sistema mismo, y no de una imposición externa. La parte "organización" implica la organización de comportamientos y estructuras en relación con patrones. En las teorías de sistemas complejos, el patrón de organización es una configuración de relaciones que es particular a un sistema dado, y las propiedades sistémicas son propiedades de un patrón (Capra). La emergencia espontánea del patrón es conocida como la autoorganización.

Varias características importantes definen la autoorganización (Capra). En primer lugar, se pueden crear formas de comportamiento, además de estructuras, a través del proceso. Segundo, los sistemas de autoorganización operan en condiciones lejanas a la estabilidad, es decir, en condiciones producidas por disturbios externos continuos, o que se autoexpanden (a través de circuitos de retroalimentación positiva) desde dentro del sistema. Esta condición proporciona un flujo constante de energía que es necesaria para que ocurra la autoorganización. En tercer lugar, según la definición de los sistemas complejos, todos los modelos incluyen la interconexión no lineal de componentes que producen circuitos de retroalimentación. Por ello, la autoorganización contrasta con una comprensión más convencional y mecánica del cambio sistémico. Este último depende de condiciones externas para explicar los parámetros del cambio en los elementos del sistema. La identificación de las propiedades emergentes o *globales* de los sistemas autoorganizativos señala un desplazamiento del interés en la cantidad hacia la calidad, del detalle a los patrones. Al analizar los patrones de interacción, uno se interesa más en el comportamiento del sistema que en los valores espacialmente específicos de las variables. El fenómeno del que surgen los patrones se llama un atractor extraño, que se produce por la repetición de reglas muy sencillas que controlan la interacción (Eve y otros 1999). Más importante aún, «los atractores extraños no están desligados del sistema, sino que precisamente están *en él*, y se definen por el proceso que éstos moldean y dirigen».

Estructuras disipativas

La teoría de las estructuras disipativas es la descripción más influyente y detallada de los sistemas autoorganizativos (Capra). Una estructura disipativa no es sólo el resultado de un proceso; es tanto proceso como estructura; es un proceso evolutivo interactivo que se manifiesta temporalmente en estructuras globalmente estables. Esta concepción de estructura es fundamentalmente diferente a cualquier significado convencional del término, en el que puede ser vista como estática y (literalmente) concreta. Por otro lado, la *estructura* disipativa existe en el contexto de los flujos que ocurren en el sistema lejos del equilibrio. Prigogine acuñó el término "estructuras disipativas" para describir la coexistencia del flujo continuo y la estabilidad estructural.

> «Según la teoría de Prigogine, las estructuras disipativas no sólo se mantienen en un estado estable lejos del equilibrio, sino que incluso pueden evolucionar. Cuando el flujo de energía y materia se incrementa a través de ellas, pueden experimentar nuevas inestabilidades y transformarse en nuevas estructuras de mayor complejidad.
>
> El análisis detallado que Prigogine hace de este fenómeno impactante demostró que mientras que las estructuras disipativas reciben su energía desde afuera, las inestabilidades y saltos a nuevas formas de organización son el resultado de fluctuaciones que se amplifican por medio de circuitos de retroalimentación positiva. Por ello, la creciente retroalimentación "fugitiva", a la que siempre se ha considerado como destructiva en la cibernética, aparece como una fuente de un nuevo orden y complejidad en la teoría de las estructuras disipativas» (Capra).

Las estructuras disipativas son las cualidades "estructurales" del sistema. Pero estas "estructuras" son estructuras abiertamente funcionales a través de las cuales fluyen continuamente la energía, la materia y la información. Aquí el término estructura disipativa se refiere a la coexistencia paradójica del cambio y la estabilidad: «El patrón de organización siempre está representado en la estructura del organismo, y el vínculo entre el patrón y la estructura se sitúa en el proceso de encarnación continua» (Capra). Por ello, las estructuras disipativas funcionan como un mecanismo *autorregulador* que mantiene el equilibrio entre el orden y el desorden. De la autorregulación surge la autoorganización. Según Kay (1999), «los sistemas tienden a captar cada vez mejor los recursos y utilizarlos para construir más estructura, incrementando así su capacidad disipativa». En este sentido, la capacidad y supervivencia de la comunidad se deriva de su habilidad de utilizar «sus recursos de manera cada vez más eficiente» para construir más estructura.

En suma, las teorías de autoorganización y las estructuras disipativas moldean y controlan los sistemas *sociales* complejos. La complejidad, entonces, es tanto una teoría de cambio (proceso) como de estructura; son inseparables. Toda la "estructura" se deriva de la interacción de reglas sencillas, es de-

cir, surge de un proceso en el que los patrones de estructuras globales/locales se derivan de procesos interactivos de nivel local (Mihata). Aquí el patrón de interacción no es una cosa sino una propiedad, es simultáneamente un proceso y una estructura; está precisamente *en* la complejidad del sistema y definido por ella.

La comunidad y las teorías de sistemas complejos

La interacción social es un aspecto importante de la perspectiva común sobre la comunidad. Ya para 1915 los procesos de interacción social se consideraban un enfoque esencial en los estudios comunitarios (Kaufman 1955). De gran importancia en el campo de los estudios comunitarios, es dable referirse a la reseña clásica de Hillery (1955) de varias definiciones. Él identificó tres atributos comunes a la comunidad, que son la ubicación, los vínculos comunes y la interacción social (Dasgupta 1996). Sin embargo, al intentar distinguir la importancia relativa de cada atributo (específicamente de la interacción social), cabría preguntarse si la definición tripartita de comunidad reveló la esencia de la comunidad al buscar lo común entre varias definiciones, o bien, si se creó algo diferente como resultado del proceso.

Hay razones que sugieren que la conclusión de Hillery de qué se entendía generalmente por comunidad era en realidad un híbrido que opaca la relación entre la interacción social y la comunidad. Esto se revela en primer lugar al diferenciar entre conceptos distintos pero relacionados que se asocian con los estudios comunitarios: "la comunidad" y "comunidad". Tal como lo explicó Bernard, el primero se asocia al asentamiento, con lo que el énfasis está en la *localidad*, mientras que el segundo, "comunidad", incluye tanto los lazos comunes como la interacción social. De hecho, esta distinción comienza a esclarecer varios sentidos de comunidad que pueden derivarse de la definición de Hillery. En primer lugar, ayuda a pensar en la comunidad como algo distinto de un asentamiento; sin embargo, la localidad nunca se descarta por completo. Más aun, al dejar de lado el aspecto de asentamiento de la comunidad, no es necesario distinguir entre tipos de comunidad, por ejemplo, rural versus urbana. El siguiente paso para aclarar el significado de comunidad es separar los lazos comunes de la interacción social. Esto se basa en el trabajo de los teóricos interactivos, más notablemente en los estudios comunitarios de Wilkinson (1990) y Warren (1978). Las siguientes secciones presentan esta línea de pensamiento con el objetivo de aislar la relación entre la interacción social y la comunidad. Luego, la comunidad será concebida como un sistema de interacción social.

La teoría de sistemas sociales

Una comprensión básica de la teoría de sistemas sociales empieza por analizar la definición básica de sistema. Según Hall y Fagen (1980), un sistema es «un conjunto de objetos, junto con las relaciones entre los objetos y entre sus atributos». En esta definición, los "objetos" son partes o componentes del sistema; los "atributos" son propiedades de los objetos; y, las "relaciones" son las que unen al sistema, haciendo de él un concepto útil. De las 94 definiciones de comunidad que analizó Hillery, "la comunidad como sistema" apareció sólo en una, aunque es probable que la idea estuviera implícita en otras definiciones.

Uno de los primeros en adoptar el uso de "sistema" para designar a la sociedad y los procesos sociales fue el bioquímico Lawrence Henderson (Lilienfeld 1978, Capra). Para Henderson, todos los factores del sistema social son interactivos y mutuamente dependientes (Lilienfeld). Según Buckley (1967), se han identificado tres tipos de modelos de sistema social: el mecánico, el orgánico y el de proceso. La premisa del modelo mecánico es un sistema de elementos mutuamente interrelacionados, «que pueden estar en un estado de "equilibrio" en el que

los cambios en los elementos se contrarrestan con los cambios que tienden a restaurarlo». El modelo orgánico, que se deriva de la biología, se caracteriza por una «"mutua dependencia de sus partes", por lo que la sociedad sería como un organismo». El modelo parsoniano, que Buckley caracterizó como una mezcla del mecánico y el orgánico, se presenta como una visión convencional de los sistemas sociales. Conforme a los esquemas de Bernard, ella asocia la aproximación de sistemas de Parsons con el marco analítico ecológico y lo ubica, más generalmente, dentro del paradigma del funcionalismo estructural. Lo siguiente se basa en *The Social System*, de Talcott Parsons (1951), para presentar los puntos principales de su teoría.

El modelo parsoniano subyace tras muchos enfoques del estudio de comunidad, sea directa o indirectamente. Parsons define el sistema social como procesos de *interacción* entre actores; la estructura del sistema social es una red de relaciones entre los actores que participan en el proceso interactivo. La primera distinción que debe señalarse en la teoría de Parsons es que el sistema social es sólo uno de los tres aspectos que componen el sistema de acción social. Los otros dos sistemas son los sistemas de personalidad de los actores individuales y el sistema cultural que forma parte integral de su acción. Al reducir el componente elemental del sistema al actor y su situación, «en muchos sentidos, la *participación* del actor en una relación interactiva estructurada es la unidad más significativa del sistema social». Aunque su trabajo ha recibido fuertes críticas —por ejemplo, que promueve el statu quo y no permite el cambio (Colomy 1992, Martindale 1965)—, la «relación interactiva estructurada» de Parsons, como componente elemental de su teoría, proporciona un vínculo con la teoría de sistemas complejos.

Además del modelo parsoniano, vale la pena analizar las características esenciales del modelo de sistemas sociales de proceso, como otro vínculo entre las teorías de la comunidad y de los sistemas complejos. El modelo de proceso tiene sus antecedentes en pensadores tales como Park. Pese a que no ha tenido tan buena aceptación como los demás modelos, el modelo de proceso tiene principios comunes con los de sistemas complejos. Citando a Buckley:

> «Esencialmente, el modelo de proceso típicamente ve a la sociedad como una interacción compleja, multifacética y fluida de varios grados de intensidad de asociación y disociación. La "estructura" es un concepto abstracto, no algo separado del proceso interactivo continuo sino una representación temporal y adaptable del proceso en cualquier momento dado. Esto nos lleva a la comprensión fundamental de que los sistemas socioculturales son inherentemente creadores de estructura y cambiantes; para algunos, los términos "proceso" y "cambio" eran sinónimos [...] las sociedades y los grupos continuamente cambian sus estructuras para adaptarse a las condiciones internas o externas. El proceso se centra entonces en las acciones e interacciones de los componentes de un sistema en marcha, de manera que los diversos grados de estructuración surgen, perduran, se disuelven o cambian».

Cabe señalar que para Buckley la teoría "moderna" de sistemas no avanzó mucho más allá que las teorías de sistemas abiertos. Sin embargo, siempre expresó su visión en términos explícitamente complejos.

La comunidad como patrón de cambio

Con el cambio, al igual que con la comunidad, es importante diferenciar dos aspectos: que los "cambios" *dentro de tipos* de estructuras sociales ocurren cuando los procesos y productos de una estructura se vuelven diferentes, pero el tipo básico estructural no cambia; y, que los cambios *de tipo*, que suelen estar marcados por la emergencia de nuevos tipos estructurales, pueden asumir todas o algunas de las funciones de las que antes se encargaba el tipo anterior (Colomy 1992). Las tipologías de sistema social, es decir, el cambio de *tipos*, son parte de la secuencia rural/urbana, que a su vez forma parte de las teorías de cambio social. Por ejemplo, esto lo demuestra la modernización. Se la describe como una perspectiva

lineal del desarrollo, que se concentra en la «formalización de las estructuras sociales de apoyo previamente informales, una creciente impersonalidad y anonimato y en la desaparición de la relación social tipo *Gemeinschaft*» (Krannich y Greider 1990). Así, la sociedad pasaría por tipos de modelos de organización o, en otras palabras, por tipos de interacción social, uno de los cuales es la comunidad. El cambio y la comunidad están entonces vinculados por la dirección del cambio (por ejemplo, los procesos de mercado que destruyen la comunidad) y los patrones de interacción (por ejemplo, *Gemeinschaft* y *Gesellschaft*). Por ello, la comunidad, como *patrón de interacción*, es un concepto que puede vincularse con las teorías de sistemas complejos.

La comunidad como algo diferente del sentido de comunidad

El significado de comunidad está revestido de aspectos cualitativos, particularmente cuando se contrasta lo urbano con lo rural, tal como lo es en los esquemas basados en tipologías. Roy Buck compartía esta perspectiva, según Bernard:

> «Roy Buck fue uno de pocos sociólogos que reprendió a sus colegas por mirar la comunidad rural a través de paradigmas inapropiados. Él acusó a "la academia tradicional de tender a mirar a la comunidad estadounidense a través de estereotipos que provienen del pensamiento europeo". Él quería disipar "la imagen tradicional de la vida rural como una basada enteramente en el campesinado europeo y la "dicha elísea", o una erosión de la mentalidad de "érase una vez". Trató de contrarrestar la idealización romántica de la vida rural. Denunció la ideología de la granja familiar que está presente en gran parte del pensamiento sobre las comunidades rurales».

Wilkinson añade: «necesitamos simplificar el concepto de comunidad al mínimo para ver qué sobra, sin perder de vista su esencia, y deshacernos de los trasfondos ideológicos y normativos provocadores que dan una mala reputación a la comunidad». Esta línea de pensamiento, tal como se explicará más adelante, fortalece la comunidad como categoría analítica, así como el vínculo teorético entre comunidad y las teorías de sistemas complejos.

La separación de la comunidad del sentido de comunidad revela la importancia de la interacción social como la esencia de la comunidad. Sobre la base de la obra de Schmalenbach, Wilkinson (1990) señaló que «la comunidad surge sin autoconciencia a medida que las personas *interactúan*, y luego surge la conciencia de sí mismo, basada en la comunidad y la conciencia de comunidad» (el énfasis es nuestro).

> «Schmalenbach (1961) explica esto mejor que el propio Toennies cuando propone una adición a la tipología de este último. Él dice que entre la *Gemeinschaft* (comunidad) y *Gesellschaft* (sociedad) falta una categoría importante. La comunidad, tal como la describe Toennies, es un estado natural y preconsciente, mientras que la sociedad se refiere a relaciones racionalmente concebidas y conscientemente percibidas. Lo que falta, según Schmalenbach, es una categoría para las respuestas en común a la comunidad».

Schmalenbach llama *comunión* al elemento que falta entre la comunidad y la sociedad. «La comunidad misma existe antes de la comunión. La comunidad surge naturalmente en la interacción social sea o no reconocida o celebrada» (Wilkinson 1990). Esta distinción subyace tras la perspectiva de Wilkinson de que no hay razón que justifique igualar el sentido de comunidad con la comunidad propiamente dicha.

Separar la comunión de la comunidad fortalece eficazmente el vínculo teórico entre las teorías de sistemas complejos y la comunidad al aislar la interacción social de los lazos comunes (de acuerdo a la definición de Hillery). ¿Pero qué hay del lugar? La interacción comunitaria, que es un tipo importante de interacción social, ocurre en el lugar donde las personas viven y llevan a cabo sus actividades diarias, y esto tiende a ser principalmente en la escena local, incluso en las sociedades altamente móviles (Wilkinson 1990). Se ha demostrado que esto es coherente con el argumento que sostiene la relevancia de la comunidad, particularmente que las «personas aún viven al lado de otras, comen, duermen, aman, odian, se evitan o se buscan unas a otras en un lugar dado» (Bernard). También es coherente con la perspectiva de la ubicación del sistema, que incluye implícita o explícitamente (Bailey 1990) al espacio-tiempo en la definición del sistema (véase, por ejemplo, Miller 1978). Por ello, una comunidad retiene el lugar como una característica implícita, pero no es la característica dominante como en la visión de "la comunidad" basada en el asentamiento.

La comunidad como sistema interactivo

Respecto de la comunidad como interacción social, Wilkinson señaló: «Se trata de bastante más que la interacción, y no toda la interacción es comunitaria; sin embargo, la *interacción es el ingrediente esencial*. Cualquier teoría de la comunidad debe primero ser una teoría de la interacción social» (el énfasis es nuestro). Esto se deriva de Warren, que argumentó que la aproximación interactiva, basada en la comunidad como un proceso dinámico de interacción social, ofrece mucho más que la anterior visión funcional de la comunidad como una "colectividad concreta" (es decir, la aproximación de sistemas). Generalmente, las concepciones de la comunidad de Warren y Wilkinson parecen muy similares al modelo de proceso descrito anteriormente. Más específicamente, presentan argumentos a favor de esclarecer diversos aspectos de la comunidad. En primer lugar, distinguen entre la comunidad y la comunión; es decir, entre la comunidad y el sentido de comunidad. Seguidamente, identifican el sistema comunitario como sólo uno de los sistemas que contribuyen al sentido de comunidad. Además, en la misma línea, esta visión interactiva se basa en mediciones de comunidad para evaluar hasta qué punto la comunidad alberga una sociedad total. Este último punto es necesario para superar las anteriores concepciones de la comunidad como totalidades concretas, que provienen de una crítica a los enfoques funcionales del estudio de la comunidad.

Lo que logró Wilkinson podrá parecer sencillo y reduccionista (porque lo es), pero también fortalece una concepción sistémica de la comunidad de varias maneras. Sorprendentemente, aunque su argumento está bien fundado como un reto al análisis funcional parsoniano, revitalizó la definición de Parsons de sistema social: *un sistema de procesos de interacción entre actores*, para no mencionar las concepciones anteriores de los modelos de proceso en los sistemas sociales. Ante todo, la aproximación interactiva es un enfoque procedual y de sistemas; el acto social es un complejo continuo de actos y respuestas (Lilienfeld). La aproximación interactiva, que surgió de «una crisis en la teoría de la comunidad tras la caída del modelo funcional que predominó durante mucho tiempo» (Wilkinson 1990), también rompió con la cosmovisión mecánica. Al dejar a un lado el modelo funcional, dieron lugar al desplazamiento de función a organización, lo que representa un «desplazamiento del pensamiento mecánico al sistémico, ya que la función es esencialmente un concepto mecánico» (Capra). Aquí, la relación entre las partes y el todo se ha revertido, y el todo no se puede comprender por medio del análisis. Esta visión crítica de la comunidad refleja la preocupación de Wilkinson por la «totalidad» y «el todo funcionalmente integrado», así como la preocupación de Warren por la «colectividad concreta». Sin embargo, estas críticas no son contrarias a una visión sistémica de la comunidad, sino al análisis mecánico y funcional de los sistemas.

Más aún, Wilkinson y otros usan el término "campo" en vez de sistema. Su preocupación es que "sistema" define estrictamente a un todo funcionalmente integrado que se relaciona con el mantenimiento y fortalecimiento del orden social (Wilkinson 1991). Sin embargo, esta perspectiva de sistema es contraria a la comprensión de un sistema complejo. Por

otro lado, la definición de campo puede ser intercambiada con muchos aspectos de las teorías de sistemas complejos. Por ejemplo, el campo se describe como «un proceso de acciones interrelacionadas a través de las cuales los residentes expresan su interés común en la sociedad local»; «teorías que enfatizan los aspectos dinámicos y emergentes de la vida comunitaria»; «que se dirigen sobre todo a los procesos dinámicos que crean y alteran la estructura comunitaria»; y, «un todo ilimitado, con una estructura que varía constantemente». Varios aspectos de estas descripciones se relacionan con las teorías de sistemas complejos. Parece, entonces, que la perspectiva interactiva de la comunidad también podría beneficiarse de una reformulación de la comunidad como sistema complejo.

Esta distinción entre "sistema" y "campo" puede parecer trivial a quienes asocian estrechamente las teorías de sistemas con el funcionalismo estructural. Sin embargo, para el presente análisis es una diferencia importante. Principalmente, porque es coherente con la crítica de Bernard de los paradigmas existentes en los estudios de la comunidad, y porque justifica su pregunta de «¿se guía la investigación científica normal por paradigmas clásicos sobre la comunidad adecuados para este objetivo o se necesita una revolución científica en esta área para proporcionarnos paradigmas más apropiados para el mundo actual posciudad?».

Bibliografía citada

Bailey, Kenneth D. (1990). *Social Entropy Theory*. Albany, State University of New York Press.

Bernard, Jessie (1973). *The Sociology of Community*. Glenview, Illinois, Scott, Foresman and Company.

Buckley, Walter (1967). *Sociology and Modern Systems Theory*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc.

Capra, Fritjof (1996). *The Web of Life*. New York, Doubleday.

Colomy, Paul (ed.) (1992). *The Dynamics of Social Systems*. London, U. K., Sage Publications.

Costanza, Robert; Norton, Bryan G. y Haskell, Benjamin D. (eds.) (1992). *Ecosystem Health: New Goals for Environmental Management*. Washington, D. C., Island Press.

Dasgupta, S. (1996). "The Community: Definitions and Perspectives" en Dasgupta, S. (ed.) *The Community in Canada: Rural and Urban*. Landham, Maryland, University Press of America.

Eve, Raymond A.; Horsfall, Sara y Lee, Mary E. (1997). *Chaos, Complexity, and Sociology: Myths, Models, and Theories*. Thousand Oaks, Sage Publications.

Hall, A. D. y Fagen, R. E. (1980). "Definition of a system" en Chen y otros (eds.) *The General Theory of Systems Applied to Management and Organisation, Vol I*. Seaside, California, Intersystems, Society of General Systems Research.

Hillery, G. A. (1955). "Definitions of Community: Areas of Agreement" en *Rural Sociology*, 20

Kay, James (1999). "An Ecosystem Approach for Sustainability: Addressing the Challenge of Complexity" en http://www.fes.uwaterloo.ca/u/jjkay.

Kaufman, Harold F. (1955). "Toward an Interactional Conception of Community" en *Social Forces*, 38 (1).

Krannich, Richard S. y Greider, Thomas R. (1990). "Rapid Growth Effects on Rural Community Relations" en Luloff, A. E. y Swanson, Louis E. (eds.) *American Rural Communities*. Boulder, Westview Press.

Lilienfeld, Robert (1978). *The Rise of Systems Theory*. Toronto, Ontario, John Wiley and Sons.

Luloff, A. E. y Swanson, Louis E. (eds.) (1990). *American Rural Communities*. Boulder, Westview Press.

Martindale, Don (ed.) (1965). *Functionalism in the Social Sciences*. Philadelphia, The American Academy of Political and Social Science.

Mihata, Kevin (1997). "The Persistence of *Emergence*" en Eve, Raymond A.; Horsfall, Sara y Lee, Mary E. (1997) *Chaos, Complexity, and Sociology: Myths, Models, and Theories*. Thousand Oaks, Sage Publications.

Miller, James Grier (1978). *Living Systems*. McGraw-Hill, Inc.

Parsons, Talcott (1964). *The Social System*. The Free Press of Glencoe.

Price, Bob (1997). "The myth of postmodern science" en Eve, Raymond A.; Horsfall, Sara y Lee, Mary E. (1997) *Chaos, Complexity, and Sociology: Myths, Models, and Theories*. Thousand Oaks, Sage Publications.

Smith, Thomas S. (1997). "Nonlinear dynamics and micro-macro bridge" en Eve, Raymond A.; Horsfall, Sara y Lee, Mary E. (1997). *Chaos, Complexity, and Sociology: Myths, Models, and Theories*. Thousand Oaks, Sage Publications.

Turner, Frederick (1997). "Foreword: Chaos and Social Science" en Eve, Raymond A.; Horsfall, Sara y Lee, Mary E. (1997). *Chaos, Complexity, and Sociology: Myths, Models, and Theories*. Thousand Oaks, Sage Publications.

Warren, R. L. (1978). *Perspectives on the American Community*. Chicago, Rand McNally & Company.

Wilkinson, Kenneth P. (1991). *The Community in Rural America*. Westport, Connecticut, Greenwood Publishing Group, Inc.

Wilkinson, Kenneth P. (1990). "Crime and community" en Luloff, A. E. y Swanson, Louis E. (eds.) *American Rural Communities*. Boulder, Westview Press.

Comunidad, democracia, diálogo y medios radicales

John Downing

on mucha frecuencia se habla de los medios radicales como medios comunitarios y como alternativas democráticas a los medios monopolísticos. Sin embargo, tanto "comunidad" como "democracia" son palabras potencialmente vagas, un mero latido maternal, que suelen significar "algo generalmente bueno". Deben ser anclados urgentemente a través de la definición y la crítica para que resulten útiles de alguna manera.

- En las reseñas respecto de algunos destacados escritores recientes sobre la democracia se subraya la frecuente falta de conexión entre los medios y definiciones "sólidas" de democracia. Se señala la obra de C. B. Macpherson porque su definición del potencial contrahegemónico de desarrollo ayuda a cimentar los medios radicales en un concepto unificador.
- Se reanuda el debate sobre la "conversación" como *leitmotiv* del proceso democrático, adentrándose más en papel cotidiano de los medios en Estados Unidos y a algunas observaciones de Bakhtin y Freire sobre el término "diálogo".

El término "comunidad" se viene usando extensamente a manera de *atrapalotodo*. Tiene un sentido localista ("esta comunidad adopta una posición firme frente al tema de..."); uno retórico en la política mundial ("la posición de la comunidad internacional contra el terrorismo"); un sentido profesional

Connell, David J. (2001). "Reformulating Community as a Complex Social System". Monografía sin publicar, presentada en el examen de grado para el doctorado en Estudios Rurales, Universidad de Guelph. Ontario, Canadá. Reproducción autorizada por el autor.

("la comunidad científica"); un uso en la política de la franqueza sexual ("las normas de decencia de la comunidad") y un sentido nostálgico que se remite a una supuesta época de armonía ("necesitamos recuperar un sentido de comunidad"). "Comunidad" también aparece con frecuencia como manera de atribuir una homogeneidad inflexible de opinión a grupos étnicos minoritarios ("la comunidad negra", "la comunidad judía"). El término también ha sido utilizado como una manera populista de referirse a las clases sociales subordinadas para evitar el uso de la jerga izquierdista. También se ha utilizado para evitar referirse a una agrupación individual, en particular entre los pobres. Así, las denominaciones "radio comunitaria" y "televisión de acceso comunitario" han sido formas de definir a estos medios como instituciones que responden a las demandas y prioridades de los de abajo (la clase trabajadora "más"[1] las mujeres "más" los grupos étnicos minoritarios "más" las lesbianas y homosexuales, "más"...). En este uso de "comunidad", es implícito el supuesto de que los medios dominantes están al servicio del poder (el *cómo* se conceptualiza de diversos modos).

A menudo, muchos de estos últimos usos implican un tejido social perfectamente integrado que es local y, por lo tanto, sano, en contraposición a una realidad gubernamental más amplia que es extranjera y malsana. Esto fácilmente puede caer en una versión derechista del anarquismo e incluso en formas de xenofobia. También crea supuestos bastante tontos sobre la ausencia de clase y otras divisiones sociales graves en el tejido local. Por lo tanto, es sumamente difícil darle al término "comunidad" un sentido lúcido y exacto.[2] Sin embargo, cuando se usa esta palabra a manera de taquigrafía verbal para el espectro de los relativamente desposeídos o de las realidades locales, es difícil pensar en un sustituto.

Por donde se mire, el término constantemente plantea muchas más preguntas y dilemas de los que contesta. Su uso en relación con los medios alternativos radicales exige que su significado se defina cuidadosamente para evitar la producción de nebulosidades interminables y sin sentido. Quizá un significado viable, que puntualice algo genuinamente importante en la vida social, se pueda construir mediante la combinación del significado populista inclusivo de la palabra con un sentido de conectividad social de por lo menos una generación, de hecho con el intercambio y las redes de comunicación locales que se han desarrollado con el tiempo.[3] Pero, debemos repetir: esta conectividad es rara vez igualitaria o democrática a nivel local. Puede sólo parecerlo en relación con el poder empresarial transnacional o el Estado nacional. Términos como medios "comunitarios" o medios "de las bases" pueden fácilmente ocultar más de lo que revelan. Son más fuertes en cuanto a lo que excluyen —los medios dominantes— que en cuanto a lo que denotan.

"Democracia", como término sólo conoce altos o bajos: los altos melifluos de los teóricos políticos y los bajos de la práctica chabacana, del tráfico de procedimientos y el desacato de los procedimientos, de la manipulación e interpretación de votos, panfletos baratos y políticos demagógicos, decenas de millones gastados en *blitzkriegs* televisados y sondeos privados.

Sin embargo, deshacerse de la democracia tal como existe actualmente, en lugar de luchar por mejorarla, evidentemente no es una opción. De modo que nuestra pregunta central para el resto de este segmento del debate es: ¿qué papeles desempeñan los medios radicales en los procesos democráticos? Particularmente, más allá de los procedimientos democráticos a nivel nacional o regional, *¿cómo fortalecen la cultura democrática en la vida cotidiana?*

Si examinamos la enorme cantidad de literatura de la ciencia política sobre la democracia buscando orientación, encontramos una paradoja inmediata. Con mucha frecuencia, incluso quienes están a favor de luchar por mejorar los procesos democráticos tienen poco o nada que decir sobre la comunicación o los medios, salvo mediante implicaciones

silenciosas o referencias ocasionales hechas al paso. Veamos como ejemplo tres contribuciones estadounidenses al debate sobre la democracia.

Held (1987), en una disección ejemplarmente lúcida de diez modelos distintos de democracia que explícitamente usa para alentar una extensión del proceso democrático, sólo empieza a acercarse a los temas de comunicación y medios al final de su libro, cuando aborda lo que él sostiene que es la necesidad apremiante de una «doble democratización», es decir, de tanto del Estado como de la sociedad civil. Incluso la indagación analítica profunda de Barber (1984) sobre cómo fortalecer la vida democrática, que se centra en temas de comunicación, apenas aborda el tema de los medios propiamente dichos (véase más adelante).

Touraine (1994) también subraya la urgencia de extender la cultura democrática para rescatarnos de las tendencias centrípetas destructivas que, él sostiene, por un lado están impulsándonos hacia un instrumentalismo tecnológico y enfocado en el mercado y, por el otro, nos están instando a replegarnos en un mundo cerrado de identidades culturales comunalistas.[4] Aborda algunos de los problemas más difíciles del ejercicio democrático, tales como los derechos de la mayoría-minoría, la situación de los inmigrantes, la participación equitativa de las mujeres, e incluso las ramificaciones de la división mundial entre el Norte y el Sur. Adopta, por cierto, al inmigrante como emblemático de los dilemas agudos de inclusión y extrusión de la sociedad moderna. Al igual que Rowbotham y Husband, insiste en que la única solución a tanta disparidad es la democracia, porque «allí es donde ocurre el diálogo y la comunicación. Lo que mide el carácter democrático de una sociedad es la intensidad y profundidad del diálogo entre las culturas y las experiencias personales que difieren unas de otras que son, además, respuestas, todas ellas específicas y limitadas, a las mismas búsquedas en común (respecto de los propósitos humanos)». No obstante, él también sólo dedica cuatro páginas a la necesidad de reconstituir la esfera pública, y en ningún momento sugiere cómo podría lograrse en la práctica con los medios reales, sean convencionales o alternativos.

Lo desafortunado de las lagunas en la literatura de la ciencia política en lo relativo a los medios y la comunicación es que no son los menos sino, a menudo, los más comprometidos con la democracia —como en los casos citados— los que parecen vagar eternamente en un desierto sin medios de comunicación. Algunos de los menos comprometidos efectivamente escarban en los medios y las elecciones, al punto, en algunos casos, de ofrecerse a los políticos de carrera como traficantes de opinión, una de las formas más egregias de la prostitución académica. Pero la mayoría no llega a tocar el tema en absoluto.

Es absurdo. Es como si el proceso democrático se concibiera —ya lo he sugerido en otros contextos al hablar sobre los tropos usuales de la ciencia política (Downing 1996)— como compuesto de piezas de ajedrez astutas pero completamente mudas, que prevén los movimientos de los demás y forjan contraataques en absoluto silencio. En otras palabras, la mayoría de los modelos de democracia de los analistas políticos, por carecer de comunicación, también carecen de seres humanos. ¿No corre esto el riesgo de caricaturizar la simplificación inherente a la construcción de modelos?

Mi intención no es decir que dichos teóricos no tienen nada que decirnos. Sólo significa que están obsesionados con las estructuras y los temas, las leyes y los procedimientos institucionales, todos los cuales son ciertamente importantes pero, en ausencia de actores y grupos comunicantes, se asemejan a la máquina sin siquiera su fantasma. Es evidentemente irreal: porque ¿cómo, en una sociedad de gran escala, se comunica su democracia sin también usar los medios? Sin embargo, si todo este proceso de comunicación inexorablemente presente no se debate simplemente porque está automáticamente engrasado y lustroso, libre de problemas y, por tan-

to, es una dimensión trivial para los científicos políticos profesionales, ¿por qué no nos dicen dónde se encuentra esta tierra transparente y mágica para que todos podamos ir a ver cómo funciona?

Hay pocas voces en la ciencia política que abordan los medios con seriedad. Dewey y Lippman (Hardt 1993) lo hicieron, aunque su perspectiva recibe un correctivo necesario en la obra de Raymond Williams (Sparks 1993). Los dos primeros consideraban que los medios, en general, proporcionan las oportunidades de información y comunicación necesarias para dar lugar a una deliberación eficaz. Williams también sostenía que los medios, una vez liberados de su sujeción abrumadora a las empresas privadas o al Estado y abiertos a la participación de las masas, podrían estimular y sostener una cultura común y una democracia enérgica. Lo particularmente importante es que llevó el tema más allá de la simple "información", conforme al raciocinio de Habermas, Dewey, Lippman, y escribió muy elocuentemente acerca de la necesidad de acoger la ficción y los reinos imaginativos de la cultura, las «estructuras del sentimiento» (Williams 1977) que forman parte integral de la conversación pública de una nación o una comunidad.[5]

La dificultad, incluso con estos tres pensadores, es que aunque plantean posturas muy atractivas respecto de la comunicación y la democracia, no abordan el mundo desordenado de la realidad. No lidian estrechamente con los problemas tediosos y abrumadores de tratar de democratizar medios dominantes que realmente existen. De modo que, aunque esa meta sigue siendo de inmensa importancia, hasta —o a menos que— se presente un desplazamiento sustancial en esa dirección, el papel de los medios alternativos radicales seguirá siendo sumamente significativo.

Esto no significa que los medios dominantes no contribuyan en nada a la democracia actualmente. Eso sería una distorsión irreflexiva y banal. La extrema derecha organizada de las décadas de 1980 y 1990 en Estados Unidos y otros lugares ha sido vocinglera al tachar a los medios dominantes de ser púlpitos izquierdistas, de modo que sería un error enorme que la izquierda simplemente contribuya a una "cultura de ataque a los medios" sin, simultáneamente, indicar a viva voz su oposición feroz al proyecto de la extrema derecha de erradicar *toda* expresión de disenso a *su* izquierda.

Todavía debemos afrontar el hecho de que los medios dominantes no tienen ninguna intención de someterse a ningún tipo de control público, excepto las cartas de los consumidores y las amenazas de no comprarles o apagarlos. Como medio de presión pública o influencia democrática, esos tipos de respuestas son débiles o indiscriminadamente atemperados. En las comunidades pequeñas se pueden usar con algún efecto, pero no en países de alta población. Más aún, cuando se echa mano de esas palancas, es más probable que quienes lo hagan sean los fundamentalistas de la extrema derecha bien organizados, ejerciendo presión sobre una compañía para retirar su publicidad de un programa que detestan.[6] La "soberanía del consumidor", por más proclamada que sea como curalotodo democrático, no guarda ninguna relación con la realidad práctica de los medios.

¿Podemos decir, por contraste, que los medios alternativos radicales son los principales abanderados de una estructura democrática de comunicación?

El argumento es que sí; que, aunque imperfectos, inmensamente variados y no necesariamente oposicionistas, muchos medios de ese tipo contribuyen en diversas medidas a esa misión y, ciertamente, más que los medios dominantes, de maneras a menudo asombrosas, dados sus recursos excepcionalmente escasos.

En apoyo de este dictamen, ayuda reflexionar sobre el análisis que C. B. Macpherson (1973) hace del fundamento de la democracia, aunque nada dice directamente sobre los medios. No obstante, sus conceptos ofrecen un esquema fundamental para

interpretar el papel de los medios radicales. Ha propuesto, como central para nuestra comprensión del propósito básico del poder en una democracia, el potencial de desarrollo, la oportunidad de los integrantes del público de «utilizar y desarrollar [sus] capacidades». El potencial de desarrollo representa las posibilidades positivas de logro humano inherentes a la vida social cooperativa que, hasta el presente, la construcción de la vida económica y política a menudo ha dejado de lado.

Su lenguaje sobrio y aparentemente inocuo en realidad es más trascendental y desafiante de lo que parece a primera vista. Se cimienta en su convicción de que las "capacidades" del público de crear ordenamientos sociales viables son mucho más amplias de lo que los escépticos y elitistas admiten, pero también de que la habilidad del público de activarlas está considerablemente engrillada. Los grilletes podrían incluir, más evidentemente, la desnutrición, la carencia de vivienda y el analfabetismo, pero también la falta de acceso a los medios de producción debido a la división del poder entre capital y trabajo. También abarcan la falta de protección contra el ataque arbitrario al cuerpo o a la libertad de uno.

Utiliza el término poder "extractivo" en la dirección opuesta, para denotar tanto el poder del capital sobre el trabajo como también los conceptos mismos de poder habituales entre los filósofos modernos y que aluden a la relación capital-trabajo. Estos teóricos casi universalmente definen el poder como la capacidad de imponer la agenda de quienes lo detentan sobre otras personas. Desde esta perspectiva la "democracia" se entiende entonces como mucho más que un conjunto de reglas acordadas de procedimiento para el debate y la negociación, por más importantes que éstas sean; si Macpherson está en lo correcto, la democracia en su mejor acepción implica un contexto cultural, político y económico en el que el potencial de desarrollo prospera. El concepto de potencial de desarrollo se puede utilizar para proyectarse a partir de las ideas de contrahegemonía y esferas públicas alternativas, y se presta fácilmente a una simbiosis con las características de muchos movimientos sociales.

Los medios alternativos radicales sirven de agentes del potencial de desarrollo en varios sentidos. Sin idealizarlos, son mucho más medulares para la democracia que lo que los exégetas deslumbrados por el alcance y la influencia fácilmente visibles de los medios dominantes normalmente reconocen.[7]

En primer lugar, amplían la gama de información, reflexión e intercambio, circunscrita por los límites hegemónicos, a menudo estrechos, del discurso de los medios dominantes. Esto se debe en parte a su número. En segundo lugar, son medios que frecuentemente tratan de responder más que los medios dominantes a las voces y aspiraciones de los excluidos. A menudo sostienen una relación estrecha con un movimiento social activo y, por lo tanto, expresan con bastante espontaneidad los puntos de vista y opiniones que han sido expulsados de los medios dominantes o ridiculizados por ellos. Con bastante frecuencia son los primeros en abordar temas que sólo después son advertidos por los medios dominantes. En tercer lugar, no necesitan censurarse a sí mismos a favor de los magnates publicitarios, el poder estatal afianzado o la autoridad religiosa. En cuarto lugar, su propia organización interna es a menudo mucho más democrática que jerárquica. Y, por último, algunos de estos medios cumplen el papel innovador que Raymond Williams asignaba a lo que el denominaba

> «formaciones; esos movimientos y tendencias eficaces, en la vida intelectual y artística, que tienen una influencia importante y a veces decisiva en el desarrollo activo de una cultura, y que guardan una relación variable y a menudo oblicua con las instituciones formales».

Si agrupamos estos elementos, tiene mucho sentido considerar a los medios radicales como agentes del potencial de desarrollo, no sólo como instituciones de contrainformación y en absoluto como un manojo banal de mosquitos y gorgojos transitorios.

Para ser franco, sin embargo, enfrentamos un problema crucial o, más bien, dos. Uno es el nivel de abstracción de estos conceptos, porque aunque son una etapa necesaria para comprender el papel de los medios radicales, no bastan. Necesitamos vincular estas perspectivas globales a cuestiones prácticas más inmediatas. Los dos segmentos siguientes las abordarán en gran medida, pero el segundo problema que debemos reexaminar más detenidamente es igualmente práctico, a saber, la conversación pública, el diálogo, el habla, las redes de comunicación, la cultura popular, todos los cuales tienen mucho que ver con la democracia y una cultura democrática.

Sin embargo, las contribuciones que examinaremos para ayudarnos a hacer eso tampoco abordan los medios radicales, sino que más bien se centran más genéricamente en la relación entre la comunicación pública y el potencial de desarrollo. No obstante, el argumento aquí es que lo que podrían llegar a ser los medios se logra mejor en esferas públicas alternativas, de modo que el hecho de que estos escritores no hayan abordado los medios radicales específicamente en realidad no es de particular importancia.

Dos escritores que se concentraron directamente en el concepto de diálogo, con implicaciones decisivas para los papeles democráticos de los medios alternativos radicales, fueron Freire (1970, 1972, 1974) y Bakhtin (1981). Sus contribuciones se ubican en planos bastante diferentes pero, en última instancia, complementarios.

Freire, interesado principalmente en la alfabetización para el empoderamiento público, colocó las estructuras opresivas y el compromiso político opuesto a ellas en el centro del proceso de comunicación (McLaren y Lankshear 1994). En su concepto de «concientización»,[8] subraya la necesidad de despertar la inteligencia y las percepciones de los estudiantes en lugar de entregar «conocimientos superiores» a sujetos vacíos. Por lo tanto, en la alfabetización insistía en usar las imágenes y los lenguajes cotidianos de los estudiantes (pobres rurales o urbanos) y rechazaba las imágenes y los lenguajes preempacados sacados de los estantes autoritativos académicos, con el fin de participar dialógicamente desde un inicio en la realidad de los alumnos y alentar su expresión de oposición a su explotación y pobreza material. Veía la alfabetización no como una técnica para permitir que los estudiantes encajen en el mundo como es, sino para cambiarlo, para que los estudiantes desafíen la historia que los moldeó. Asimismo, reconocía la oportunidad del educador de crecer en este proceso tanto como el alumno.

Freire se concentró única y exclusivamente en la interactividad cara a cara y jamás extendió su visión de modo que abarcara los medios (De Lima 1979). Sin embargo, si por educador dialogístico entendemos activista en los medios radicales, la pedagogía de Freire puede servir de filosofía fundamental desde la cual pensar en la naturaleza de la relación productor activista-audiencia activa.[9] Propone una democracia del proceso de comunicación, reconociendo una vez más a los miembros de la audiencia como arquitectos conjuntos con los productores de los medios, radicalmente diferente de la ideología "ellos lo miran, así que les debemos estar dando lo que quieren y necesitan" de los medios comerciales. Aunque Freire tendía a no diferenciar a grupos distintos entre los oprimidos (Weiler 1994), Findley (1994) propone que los procesos de aprendizaje que Freire propugnaba pueden, no obstante, ser un recurso importante para los movimientos sociales «en su lucha por lograr y mantener entendimientos comunes de los problemas que se proponen abordar y, más adelante, por tratar de llegar a un consenso continuamente renovado sobre las estrategias, tácticas y procedimientos». El papel de los medios radicales en este proceso es evidente, tal como subrayan Rowbotham y Husband en la deliberación referida anteriormente sobre la esfera pública.

Bakhtin, centrándose en las novelas[10] como forma vital de comunicación narrativa popular, e incluso

subversiva, en la edad moderna, resaltó particularmente las voces y los discursos contrapuestos (*heteroglossia*, *raznorechie*) representados en ellas. Sus observaciones, quizá no discutibles para el lector casual, fueron escritas durante lo más profundo de la represión estalinista en la Unión Soviética, cuando se ejercía una presión enorme sobre la expresión pública para forzarla a una uniformidad ideológica mortecina. *Raznorechie* era un concepto sumamente desaprobado y, de hecho, Bakhtin escribió su ensayo durante el exilio político de seis años en un pueblo alejado del Kremlin, en las remotas tierras de Kazajastán. (Algunos de sus asociados intelectuales cercanos fallecieron en campos de trabajos forzados).

En este contexto represivo, Bakhtin criticó las limitaciones al discurso poético, al discurso autoritativo y al pensamiento mitológico, puestas en favor de «discursos internamente persuasivos». Se refería con esto a las voces y lenguajes cotidianos del público en general, que surgían de sus vivencias y en toda su gran variedad. Su comentario sobre el lenguaje crudo del mercado en la novela *Gargantúa y Pantagruel* de Rabelais es un ejemplo pertinente. Exhorta a que la novela dé siempre el lugar de honor a estos discursos internamente persuasivos en lugar de al lenguaje oficial uniforme emitido desde arriba hacia abajo. Escribe:

> «En la historia del lenguaje literario, se libra constantemente una lucha por vencer la línea oficial con su tendencia a distanciarse de la zona de contacto [n.d.a. *es decir*, *la vida cotidiana*] [...] La palabra internamente persuasiva es mitad nuestra y mitad de otra persona. Su creatividad y productividad radica precisamente en el hecho de que dicha palabra despierta palabras nuevas e independientes [...] Evoluciona libremente [...] Inicia relaciones mutuamente inspiradoras con nuevos contextos».

El énfasis de Bakhtin en este diálogo de voces en la novela (o la telenovela) se puede aplicar del mismo modo a los medios radicales como una esfera pública dialógica y democrática en la cultura popular. Más aún, su perspectiva respecto de esta forma artística subraya un tema recurrente en el argumento de este libro, ya señalado en la deliberación sobre la cultura popular, y del de Iris Marion Young y Raymond Williams: la centralidad de la emoción y la imaginación en los medios radicales, el peligro de considerar su papel como informativo en un sentido puramente racional. Una cultura democrática no subsiste sobre la base de un argumento racional únicamente.

Tanto Bakhtin como Freire sustentan una visión dialogística de los medios alternativos radicales —enclavados en el tejemaneje de la vida cotidiana, no sectarios— que en el mejor de los casos están comprometidos con "audiencias" plenamente activas que producen, tanto como reciben, los contenidos mediáticos.

Barber (1984) argumenta a favor de una serie de procedimientos que se pueden emprender para fortalecer el proceso democrático y, al hacerlo, declara firmemente su posición respecto del tema de la comunicación.[11] «En el corazón de una democracia fuerte está el hablar». De hecho, es bastante expresivo sobre el tema:

> «La política [...] se osificaría completamente sin su creatividad, su variedad, su apertura y flexibilidad, su invención, su capacidad de descubrimiento, su sutiliza y complejidad, su elocuencia, su potencial de empatía y expresión afectiva, y su carácter [...] profundamente paradójico».

Al igual que algunos de los demás pensadores ya citados, resalta que un «habla democrática fuerte» exige escuchar además de enunciar, que es afectiva así como cognitiva, y que su articulación con las intenciones la saca de la especulación y la coloca en el reino de la práctica real en el mundo. «Escuchar es un arte mutuo que al ejercerse realza la igualdad [...] [El hablar] puede fortalecer la comunidad, mantener los derechos y buscar el consenso, así como resolver el conflicto». Y procede a definir nueve funciones de lo que él denomina habla democrática fuerte.

Sin embargo, hay dos elementos ausentes de su argumento, demostrablemente relacionados entre sí: los medios[12] y la democracia más allá de la localidad. Considera que las tecnologías mediáticas ayudan al debate público eficaz en las asambleas vecinales. Los medios para él parecen ser canales técnicos en lugar de instituciones sociales. En su último capítulo, sí explora, algo tímidamente, cómo la actividad democrática podría movilizar a la televisión local, videotex, el balotaje electrónico y tarifas postales favorables para los medios impresos informativos. Pero no aborda en absoluto las realidades nacionales fuera de los vecindarios, y mucho menos las dimensiones de los medios internacionales de una democracia funcional.

Los teóricos de la comunicación Carey (1995) y Schudson (1997) han presentado puntos de vista contrarios[13] respecto de "conversación", "habla" y "democracia". Para Carey, quien recurre extensamente a Dewey, y algo a Habermas, la conversación espontánea sobre políticas y la política es el núcleo mismo de la democracia. Sin embargo, hacia fines del siglo XX, sostiene Carey, una cultura de conversación política está prácticamente en extinción porque los medios dominantes casi han dejado de calentar los motores conversacionales del público. Los sondeos políticos y el espectáculo televisivo manipulado han reemplazado en gran parte a la política. Por lo tanto, la democracia misma está marchitándose en la enredadera. No aborda el tema de los movimientos sociales, aunque por el de su argumento parecería que fluiría naturalmente en esa dirección. Tampoco aborda los medios alternativos.

La crítica de Schudson inyecta un cierto realismo agrio en la invocación apasionada de Carey. Sugiere, con pruebas corroborativas tanto de asambleas municipales en Nueva Inglaterra como de la Convención Constitucional estadounidense, que aunque la conversación en general es la materia misma de la que está hecha la sociedad, el debate democrático es una forma específica de conversación que necesita una base procedimental para funcionar. Por lo tanto, no puede mostrar esa cualidad de espontaneidad que Carey considera que es su alma. Más aún, propone Schudson, el debate democrático típicamente se plasma en los medios impresos (una petición, una notificación, una ley), en lugar de ser generado por ellos.

Su desacuerdo es pertinente en esta fase de nuestro debate sobre la esfera pública, los movimientos sociales, la comunidad y la democracia. Aborda exactamente la intersección entre lo social, lo político y lo comunicativo (tres categorías conceptuales que tienen valor heurístico sólo en tanto no se concreticen). Schudson gana el debate siempre que aceptemos que las estructuras formales de la democracia son su núcleo. No obstante, aunque evidentemente no podemos fingir que no existen o que son irrelevantes o puramente opresivas, una cultura democrática es parte necesaria de la infraestructura democrática. Una economía organizada democráticamente lo sería igualmente.[14] Sin esa cultura, el "procedimentalismo" congresal podría reemplazar por completo las reglas del debate, y la gestión de los sondeos y la manipulación de las relaciones públicas que Carey deplora podrían fácilmente salir victoriosas. Es por eso precisamente que la energía de los movimientos sociales de base popular —no las revueltas manipuladas—[15] es medular para la cultura democrática, y que los medios de comunicación de dichos movimientos están en el núcleo del proceso. Es una pena que Carey no los abordara.

Friedland (1996), quien examina principalmente estudios de caso estadounidenses específicos sobre el uso de internet en el proceso democrático,[16] ofrece otras reflexiones valiosas. Su punto de partida conceptual es una combinación interesante de teoría del capital social y compromiso cívico con la teoría de redes. En el curso de su argumento, Friedland subraya el punto importante de que el propósito de la democracia no es solamente la deliberación, sino también la acción gubernamental, sea a nivel nacional o local o una combinación de ambos.

Con esto en mano, subraya que la conversación democrática no sólo consiste en personas que hablan de política (Carey) ni en legisladores que deliberan sobre políticas (Schudson), sino en ciudadanos comprometidos combinados en una variedad de papeles para estudiar lo que pueden lograr con un proyecto dado, y luego llevarlo a cabo, a menudo debatiéndolo y modificándolo a medida que avanza. Esos papeles combinados pueden ser, en Estados Unidos, los de los legisladores federales, estatales, municipales o del condado; los del sector público en cualquier nivel de gobierno; los de los laboratorios de ideas grandes o pequeños; los de las instituciones de investigación o académicas; los de los activistas comunitarios o de movimientos; los de los ciudadanos de internet o de los activistas de los medios. Puede haber hallazgos imprevistos afortunados en el debate y la ejecución de las políticas, como puede que no.

Esta conversación/deliberación no es abstracta, desapegada del ejercicio cotidiano; es tanto nacional como local y, particularmente —Friedland subraya este punto— implica medularmente relaciones continuas de reciprocidad y confianza.[17] Esto se vincula directamente con el debate anterior sobre las redes de comunicación. Por lo tanto, el enfoque de Friedland respecto de los temas en cuestión sugiere una integración rica y compleja de niveles y aspectos del habla/conversación, la cultura democrática, la tecnología de medios y la acción política.

Para concluir este análisis, examinemos un argumento muy interesante desde lo que Rodríguez (2001) describe como una posición feminista no esencialista. Ella aborda específicamente la cuestión de la praxis y la democracia en relación con los medios radicales. Sostiene que necesitamos alejarnos de «un entendimiento moderno de la ciudadanía tal como es expresada en la votación y las protestas [...] [y] de pensar en las acciones políticas y los movimientos sociales como procesos lineales, continuos y conscientes hacia una meta en común». En lugar de ello, a partir de su propia investigación en Colombia y Nicaragua y, en parte, del trabajo teórico de Mouffe (1992a, b, c) y de McClure (1992), propone que reconceptuemos el impacto de los medios alternativos en función de su impacto en el sentido que los participantes tienen de sí mismos y su potencial como seres humanos. Resume lo que podría suceder de la manera siguiente:

> «Implica tener la oportunidad de crear nuestras propias imágenes de nosotros mismos y del entorno; implica poder recodificar nuestra propia identidad con los signos y códigos que nosotros mismos escojamos, y eliminar la aceptación tradicional de aquellos impuestos por fuentes externas; implica convertirse en el narrador de nuestros propios relatos [...]; implica reconstruir el autorretrato de nuestra propia comunidad y nuestra propia cultura; implica explorar las infinitas posibilidades de nuestro propio cuerpo, nuestro propio rostro, para crear expresiones faciales (una nueva codificación del rostro) y lenguajes no verbales (una nueva codificación del cuerpo) nunca antes vistos; implica sacar nuestros propios lenguajes de sus escondites usuales y arrojarlos allá afuera, en la esfera pública y ver cómo les va, cómo vencen a otros lenguajes, o cómo son vencidos por otros lenguajes»[18] (1996).

El último, y muy básico, tema por incluir bajo el rubro de democracia es el costo. El acceso a los medios está regido, por encima de los códigos que los medios dominantes establezcan para la participación del público (programas de entrevistas, programas de juegos, resultados de encuestas de opinión, "expertos" del *establishment*), por el costo de las tecnologías mediáticas. A principios del siglo XIX en Gran Bretaña, por ejemplo, el impuesto a los timbres, descrito por sus opositores como «un impuesto al conocimiento», elevó el precio de un diario a siete peniques, fuera del alcance de lo que podía pagar un trabajador, y estuvo claramente diseñado para excluir a los trabajadores de la esfera pública a fuerza del precio.

En diversos momentos, la tecnología de impresión ha sido bastante barata. Por ejemplo, hasta comienzos de la década de 1840, Estados Unidos

se vanagloriaba de tener un número considerable de periódicos para los trabajadores en los centros industriales incipientes de Boston, Nueva York, Filadelfia y Baltimore (Schiller 1981). La llegada de la técnica rotativa conllevó costos que prácticamente acabaron con la prensa para los trabajadores. Sería justo decir que la propagación de fotocopiadoras desde la década de 1970 ha operado en la dirección opuesta (Enzensberger 1974). De hecho, el control sumamente estricto del acceso a ellas en la antigua Unión Soviética refleja con bastante precisión las ansiedades de la elite política de ese entonces respecto de los usos que los comunicadores disidentes podrían darles.[19] El surgimiento de cámaras de vídeo y reproductores de casetes económicos tuvo una trayectoria similar, aunque en su etapa inicial y más costosa, la impresión seguía siendo el medio radical de bajo costo preferido. La televisión de acceso público es un resultado. Los usos cada vez mayores de la computadora personal y el módem a precio módico desde mediados de la década de 1980 son otro ejemplo pertinente.

Sin embargo, también hay formatos radicales que no son tecnológicos ni costosos, tales como el grafiti, los *pins*, las camisetas, las canciones, el teatro de la calle, el arte de la *performance*. Si se le impide al público comunicarse a través de los medios por motivos de precio, los formatos de bajo costo se vuelven aún más cruciales para la cultura y el proceso democráticos.

Resumen: Hemos examinado el concepto bastante insustancial de comunidad y algunos planteamientos respecto de ampliar la extensión del proceso democrático. Extrañamente, el bando de la ciencia política que favorece la profundización y el fortalecimiento de la democracia, rara vez aborda el papel de los medios en el tejido cultural y procedimental como sería necesario, incluso Barber, quien examina la comunicación hasta cierto punto, pero sin profundizar realmente en los medios. Hasta quienes lo hacen, como Williams, rara vez se internan en el mundo desordenado de la praxis cotidiana, y Keane (1991), quien sigue el diagnóstico básico de Williams, similarmente ofrece sólo propuestas bastante improbables para la implementación de cambios en los medios dominantes.[20] El debate de Carey y Schudson sobre el papel de la "conversación" en el proceso democrático es resuelto por Friedland en gran medida, aunque no hace una referencia específica al mismo, cuando articula la deliberación, la acción mediante políticas y la cuestión de la reciprocidad continua, y examina el papel que podría desempeñar la comunicación por internet en esta articulación. Evidentemente, los conceptos de contrahegemonía, esfera pública alternativa y dialogismo, que ya se han examinado, también abordan estos problemas, cada uno a su manera, y en última instancia todos se centran en lo que Macpherson denominaría la expansión del potencial de desarrollo.

Con demasiada frecuencia, se escribe y se habla sobre estos tres conceptos como si pertenecieran a ámbitos completamente separados. La distinción entre arte culto y arte bajo, que segrega estrictamente el arte de los medios, es extraordinariamente tenaz. Examinaremos algunos enfoques que no caen en la trampa de segregar la información, el razonamiento y la cognición de los sentimientos, la imaginación y la fantasía, y que, por lo tanto, centran nuestra atención en cómo los medios pueden optimizar el potencial de desarrollo.

La danza, el teatro de la calle, las historietas ilustradas, los afiches, la parodia, la sátira, el *performance*, el grafiti, los murales, las canciones populares y la música instrumental son [...] sólo algunas de las formas más obvias de los medios radicales cuyo empuje comunicativo no depende de una lógica argumentada rigurosamente, sino de su fuerza estéticamente concebida y concentrada. Debido a motivos políticos fácilmente comprensibles, a menudo se ha asignado un gran peso, en el análisis de los medios radicales, a su papel como transmisores de información pública que ha sido censurada, distorsionada o descartada sistemáticamente por los medios dominantes. Este modelo de "información/contrainformación"

(Baldelli 1977, Jensen 1997) es importante, pero a veces ha redundado en una definición puramente logocéntrica de los medios alternativos: mentiras/verdad; encubrimiento/hechos; ideología/realidad.

Necesitamos empezar por reconocer que parte de los antecedentes en los siglos XIX y XX de este tema es la larga historia de medios "alternativos" ultradogmáticos asociados a las corrientes políticas de izquierda de un bando u otro, cuya retórica con demasiada frecuencia estaba vaciada en concreto y juzgada por sus exactitudes lenino-teológicas o jergas seudorreligiosas similares bautizadas con el nombre de alguna figura revolucionaria (Kropotkin, Trotsky, Mao Zedong, Che Guevara, etc.). El resultado era un lenguaje de plomo y el encantamiento de frases veneradas, desmesuradamente reconfortantes para los fieles y entre pueriles y soporíferas para quienes se encontraban fuera del círculo mágico: "El capitalismo en su agonía de muerte...". "El proletariado, bajo la guía sabia del Partido...". "El discurso del Secretario General fue recibido con un aplauso atronador...". "Las luchas heroicas del pueblo...". "El imperialismo, como el camarada Lenin señaló tan brillantemente...". "La URSS es un estado degenerado de trabajadores...". "La camarilla revisionista renegada...". "El comunismo vencerá...". "Las masas...".

Así, la vitalidad y el brío que idealmente deberían ser sinónimos de los medios radicales han sobresalido por su fragilidad en la tradición política marxista y leninista altamente influyente de los últimos 150 años. Por ese solo motivo es fundamental que se recupere la urgencia del don artístico al planificar o evaluar los proyectos con medios radicales.

Notas

1 Se vuelve un esfuerzo cada vez más tortuoso, como si la clase trabajadora estuviera compuesta únicamente de hombres blancos heterosexuales.

2 Véase más en Downing (1999a), sobre "comunidad" en el ciberespacio.

3 Véase Putnam (1993) para un argumento en profundidad al respecto, basado en Italia.

4 Uso esta palabra aquí en el sentido en que se usó en el debate público en la India en las últimas décadas del siglo XX para denotar la concentración destructiva en los intereses supuestamente homogéneos y controvertidos de ciertos segmentos del país. En la India se trataba de identidades religioso-políticas (hindú, musulmana, sikh), pero las etiquetas e indicios específicos varían de un país a otro.

5 Véase la afirmación similar de Edward Thompson, citada hacia el final de este trabajo, de que «toda una mitad de la cultura [...] es la conciencia moral y afectiva».

6 La historia de estas tácticas de la extrema derecha se remonta por lo menos a la saga *Red Channels* de la época de McCarthy (Barnouw 1990).

7 Kellner (1990) es una notable excepción.

8 *Grosso modo*, evocar una percepción crítica de la realidad. Un término utilizado por Freire en sus trabajos iniciales, *mutismo*, más adelante presentado en sus escritos como «la cultura del silencio» (de los pobres), que él percibía como «arraigada en los botines favorables de la tenencia de tierras latinoamericana» de los ricos (De Lima 1979), es desafortunado en tanto todavía implica la necesidad de que llegue un intelectual externo para que la gente empiece a pensar. La obra de James C. Scott, ya comentada, cuestiona seriamente esta percepción. No obstante, Freire mantenía una actitud ambigua sobre este punto, ya que insistía, por ejemplo, en que las muñecas de arcilla y las canciones populares eran tan culturales como las obras de arte internacionalmente famosas (De Lima). *Barravento*, la hermosa película de 1962 de su compatriota contemporáneo Glauber Rocha, situada en el nordeste, evidencia mucho de ese mismo dualismo de percepción. Agradezco a la doctora Casilda Rêgo por su asesoría en la interpretación de la obra de Freire.

9 Véase Huesca y Dervin (1994) para una utilización del concepto de Freire de «acción guiada teóricamente y autorreflexiva», que requiere «una síntesis del proceso local y el referente global a través de prácticas reflexivas». Este «terreno sin domesticar», como lo llaman permite —alegan— que se trascienda la oposición afianzada en gran parte de la teoría y el análisis social entre la estructura y el empoderamiento, algo de gran ayuda para la comprensión de los medios alternativos. Una transición «del mundo conceptual al mundo práctico» parece compeler a que esto suceda, o por lo menos permite que suceda. Sin embargo, aunque señalan correctamente que la teoría latinoamericana de los medios alternativos —hasta la fecha de su artículo— no abordaba mucho el tema de cómo la comunicación

surte efecto, su propia concentración en la praxis igualmente constituye una alegación, no una realidad.

10 Quizá tendemos a pensar en la novela como una comunicación "congelada", radicalmente distinta del proceso impredecible en el meollo de la obra de Freire, pero a su vez implicaría que las intenciones del autor encierran a los lectores de la novela en una sola interpretación de la misma. La reseña de la obra de Janice Radway sugiere que ésa es una manera muy inadecuada de entender cómo se desenvuelven las audiencias.

11 Las propuestas de Barber se aproximan a los dos últimos modelos del proceso democrático de Held (1987), el modelo participativo y el modelo de autonomía democrática.

12 Sus únicas alusiones pasajeras a los medios en el libro son despectivas respecto de los dominantes, al peligro de dejar que especialistas, tales como periodistas, hagan nuestra comunicación democrática por nosotros, o a la inevitable degeneración del lenguaje convirtiéndose en un instrumento de mando de la elite si lo entregamos a «los medios, los burócratas, los profesores y los gerentes».

13 Estoy en deuda con mi colega Chuck Whitney, del Departamento de Periodismo de la Universidad de Texas, por llamar mi atención sobre este debate.

14 Un debate serio sobre lo que esto podría implicar en la práctica no está dentro del alcance del presente trabajo.

15 El fenómeno de Rush Limbaugh a mediados de la década de 1990 fue una instancia mediática de aquello a lo que me refiero.

16 Vale la pena consultar los estudios de caso sobre la ciberdemocracia en Tsagarousianou y otros (1998).

17 El estudio de Putnam (1993) sobre la participación cívica en Italia pone esta última dimensión interesantemente en un contexto histórico-cultural de larga data, mucho más allá de la duración de las vidas individuales.

18 Véase Huesca y Dervin (1994) para un argumento muy parecido acerca de la centralidad de la praxis en el análisis de los medios radicales, y Huesca (1995) para un estudio empírico de estaciones mineras bolivianas desde esa perspectiva (aunque en la segunda obra utiliza el término "proceso" en lugar de praxis).

19 Véase el examen de los medios *samizdat* en la antigua Unión Soviética y el bloque soviético y, no menos, cómo los movimientos de oposición polacos lograban evadir los controles sobre las fotocopiadoras.

20 Véase, por ejemplo, la reseña de su libro por Scannell en *Media, Culture and Society* (1992).

Bibliografía citada

Baldelli, P. (1977). *Informazione e Controinformazione.* Milano, Italia, Mazzotta.

Bakhtin, M. M. (1981). *Rabelais and His World.* Bloomington, Indiana, Indiana University Press.

Barber, B. (1984). *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age.* Berkeley, California, University of California Press.

Carey, J. (1995). "The Press, Public Opinion, and Public Discourse" en Glasser, T. y Salmon, C. T. (eds.) *Public Opinion and the Communication of Consent*. New York, Guildford.

De Lima, V. A. (1979). "The Ideas of Paulo Freire on Communication and Culture". Tesis doctoral. Urbana, University of Illinois, Institute for Communication Research.

Downing, J. (1996). *Internationalizing Media Theory: Transition, Power, Culture: Reflection on Media in Russia, Poland, and Hungary, 1980-1985*. London, Sage.

Enzensberger, H. M. (1974). "Constituents of a Theory of the Media" en Enzensberger, H. M. (ed.) *The Consciousness Industry*. New York, Seabury.

Findley, P. (1994). "Conscientization and Social Movements in Canada: The Relevance of Paulo Freire's Ideas in Contemporary Politics" en McLaren, P. L. y Lankshear, C. (eds.) *Politics of Liberation: Paths from Freire*. New York, Routledge.

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed.* New York, Herder and Herder.

Freire, P. (1972). *Cultural Action for Freedom.* Harmondsworth, U. K., Penguin.

Freire, P. (1974). *Education for Critical Consciousness.* London, Sheed & Ward.

Friedland, L. A. (1996). "Electronic Democracy and the New Citizenship" en *Media, Culture & Society*, 18 (2).

Held, D. (1987). *Models of Democracy*. Stanford, California, Stanford University Press.

Jensen, C. (1997). *20 Years of Censored News.* New York, Seven Stories Press.

Keane, J. (1991). *The Media and Democracy.* Cambridge, England, Basil Blackwell.

Macpherson, C. B. (1973). *Democratic Theory: Essays in Retrieval.* London, Oxford University Press.

McClure, K. (1992). "On the Subject of Rights: Pluralism, Plurality, and Political Identity" en Mouffe, C. (ed.) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, and Community.* London, Verso.

McLaren, P. L. y Lankshear, C. (eds.) (1994). *Politics of Liberation: Paths from Freire.* New York, Routledge.

Mouffe, C. (1992a). *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, and Community.* London, Verso.

Rodríguez, Clemencia (2001). *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media.* Cresskill, New Jersey, Hampton Press.

Schiller, D. (1981). *Objectivity and the News.* Philadelphia, Pennsylvania, University of Pennsylvania Press.

Schudson, M. (1997). "Why Conversation Is Not the Soul of Democracy" en *Critical Studies in Mass Communication*, 14 (4).

Touraine, A. (1994). *Qu'est-ce que la Démocratie?* Paris, Fayard.

Weiler, K. (1994). "Freire and a Feminist Politics of Difference" en McLaren, P. L. y Lankshear, C. (eds.) *Politics of Liberation: Paths from Freire.* New York, Routledge.

Williams, R. (1977). *Marxism and Literature.* London, Oxford University Press.

Downing, John (2001). "Community, Democracy, Dialogue and Radical Media" en Downing, John (ed.) *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements.* London, Sage Publications, Inc. Reproducción autorizada por la editorial.

El estudio de los nuevos movimientos sociales para renovar la investigación de la comunicación para el desarrollo

Robert Huesca

El campo de la comunicación para el desarrollo enfrenta actualmente una encrucijada decisiva que desafía su trascendencia social y ofrece nuevas oportunidades de progreso práctico y teórico (Wilkins 2000). Esta encrucijada se caracteriza por los cambios en los contextos externos, substanciales y simbólicos que enmarcan la naturaleza de estos retos y que, simultáneamente, señalan direcciones fructíferas para la progresión continua de la teoría de la comunicación para el desarrollo.

Los adelantos en las tecnologías de comunicación, que se dan simultáneamente con la reestructuración a nivel mundial de los sistemas políticos, económicos y sociales, han reducido la legitimidad de las instituciones tradicionales, fomentado la virtud de los mercados y cuestionado la pertinencia de la teoría y la práctica de la comunicación para el desarrollo (Escobar 2000). Más aún, la evolución de la teoría de la comunicación para el desarrollo se ha visto marcada por críticas internas severas y debates acalorados que, a la vez que amplían las definiciones y renuevan el interés en el campo, han oscurecido la dirección de los futuros avances conceptuales.

Una área de interés teórico reciente que podría contribuir fructíferamente a las direcciones que tomen los teóricos de la comunicación para el desarrollo es la investigación de los denominados "nuevos movimientos sociales". Este conjunto creciente de investigación, que ha surgido de la sociología y las ciencias políticas, demuestra el interés y la capacidad que se sigue teniendo para producir cambios en la política, la economía y la cultura, que han sido escenarios relevantes para la práctica del desarrollo tradicional. Los hallazgos de estos estudios informan y guían la investigación de la comunicación para el desarrollo, además de recomendar que continúe en su evolución. Más aún, las nociones teóricas específicas y las características de los nuevos movimientos sociales convergen conceptualmente con los adelantos en la investigación de la comunicación participativa para el desarrollo.

La convergencia de estos dos conjuntos de investigación ofrece direcciones para la continuación del estudio de la comunicación para el desarrollo, a la vez que renueva el interés conceptual en aspectos específicos de los planteamientos participativos del desarrollo. Para ilustrar las direcciones e intereses sugeridos por esta convergencia, primero explicaré algunas nociones clave derivadas de la investigación de los nuevos movimientos sociales. Luego, esbozaré brevemente las áreas más pertinentes de afinidad conceptual con la investigación de la comunicación participativa para el desarrollo.

El estudio de los nuevos movimientos sociales

Desde inicios de la década de 1960, los teóricos de la sociología y las ciencias políticas empezaron a conceptuar que las fuerzas del cambio social surgían de acciones coordinadas que ocurrían fuera de las instituciones formales, tales como los partidos políticos y los sindicatos de trabajadores. Lo "nuevo" de estas teorías del cambio social era su atención a la formación de identidad como escenario de la acción coordinada y su des-énfasis en el acceso grupal a los recursos institucionales o en la adhesión a ideologías globales que guiaran la movilización. Esta concentración en los nuevos movimientos sociales cobró un ímpetu renovado en las décadas de 1980 y 1990, especialmente en América Latina, con el surgimiento de iniciativas organizativas de etnias, género y temas que las teorías del cambio social tanto liberales democráticas como marxistas no explicaban satisfactoriamente.

La evolución teórica de la investigación de los nuevos movimientos sociales va paralela a la transformación intelectual del campo de la comunicación para el desarrollo, especialmente en cuanto a su insatisfacción con las evaluaciones y prescripciones sugeridas por las teorías anteriores de modernización y dependencia, que conceptualmente son análogas a las teorías liberales democráticas y marxistas del cambio social. Debido a su concentración en la acción, los trabajos sobre los nuevos movimientos sociales describen y analizan los contextos sociales y los procesos de acción de una manera que enriquece la investigación futura de la comunicación para el desarrollo. Sin embargo, pese a describir y evaluar de manera sobresaliente las acciones y los contextos sociales, la literatura sobre los nuevos movimientos sociales obra con poco o ningún sentido de los procesos de comunicación y a menudo con supuestos ingenuos sobre el poder de los medios de masas, en gran medida concebidos como los multiplicadores mágicos propugnados en las teorías iniciales sobre el desarrollo.[1] No obstante, la investigación de los nuevos movimientos sociales ofrece direcciones tanto prácticas como conceptuales para la teoría de la comunicación para el desarrollo.

El estudio de los nuevos movimientos sociales ha generado literalmente cientos de proyectos de investigación, grandes y pequeños, que sería imposible reseñar en este artículo. Por consiguiente, a continuación se presenta un resumen de las ideas principales postuladas en los trabajos que influyen directamente en el estudio contemporáneo de la comunicación para el desarrollo. Estas ideas clave se refieren al contexto, las características y definiciones básicas, y el papel del poder tal como se presenta en el estudio de los nuevos movimientos sociales. Este resumen servirá de marco básico tanto para informar como para informarse de los planteamientos de comunicación participativa para el desarrollo.

El contexto de la globalización

Muchos teóricos de tradiciones filosóficas y disciplinas académicas distintas han examinado los cambios históricos generales al analizar el surgimiento de los nuevos movimientos sociales. Han señalado que las sociedades contemporáneas se encuentran en un periodo de transformación radical que está cambiando los sentidos básicos humanos de tiempo, espacio, del yo y la sociedad (Castells 1996b, Escobar y Álvarez 1992, Hopenhayn 1993, Rodrik 1997, Touraine 1971). Denominado "posmoderno", "posindustrial", "sociedad de la información" y "globalización", este periodo se ha visto acelerado por el advenimiento de nuevas tecnologías de comunicación que han posibilitado la reestructuración del capitalismo mundial de modo tal que ha alterado considerablemente la producción, distribución y consumo de la cultura material y simbólica.

En su estudio impresionante de la naturaleza y las consecuencias de este singular intervalo histórico, Castells (1996b) concluyó que estamos ingresando al periodo de la «sociedad en red», caracterizada por el «espacio sin lugar» y gobernado por el «tiempo atemporal». Los lugares en la sociedad en red «se desincorporan de su significado cultural, histórico, geográfico, y se reintegran en redes funcionales, induciendo un espacio de flujos que substituye el espacio de los lugares». Las configuraciones de este nuevo espacio de flujos están determinadas principalmente por la capacidad organizativa de las elites dominantes y son evidentes en los flujos de trabajo flexibles, la producción tercerizada, las operaciones financieras mundiales instantáneas y una cultura empresarial homogénea de elite vinculada por medio de *laptops* conectadas y teléfonos celulares ubicuos.

Asumir posiciones estratégicas en el espacio de flujos, sin embargo, no se limita a la operación de las elites dominantes. Estos flujos transnacionales de capital, combinados con las mejoras en la comunicación y el transporte, han desencadenado una urdimbre de procesos que han facilitado las migraciones a través de las fronteras de los Estados subdesarrollados y los industrializados, produciendo ciudades poscoloniales y subculturas reterritorializadas (Sassen 1998). Por lo tanto, las repercusiones del espacio sin lugar afectan asimétricamente —aunque no unilateralmente— desde a los planificadores estratégicos ricos en recursos hasta a los "robots humanos" que ejecutan las tareas que no se pueden automatizar (Castells 1996b).

El surgimiento de un espacio de flujos ha venido acompañado de un cambio correspondiente en el sentido imperante de la temporalidad, que se caracteriza por la obliteración y la no linealidad. En lugar de sujetarse a la disciplina del tiempo del reloj, como ocurría en la modernidad, el espacio está marcado por el tiempo relativizado que perturba sistemáticamente el ordenamiento secuencial de las tareas efectuadas en su contexto. Las nuevas tecnologías informáticas posibilitan la manipulación del tiempo, ya que sistemas contingentes pueden programar la interacción entre el pasado, el presente y el futuro en el mismo proceso. Al igual que en la coordinación del espacio de flujos, la gestión del tiempo pertenece, en gran medida, a las elites en la red, mientras que los actores menos privilegiados siguen experimentando la disciplina temporal de las cadenas de montaje regidas por el reloj y expectativas cortas de vida. Los cambios radicales en el orden temporal, junto con un sentido modificado del espacio, alteran «las operaciones y resultados en los procesos de producción, experiencia, poder y cultura» en los que ocurren tanto el orden social como el cambio (Castells 1996b).

En el contexto de esta reestructuración global trascendente, las instituciones tradicionales (incluidos los organismos de desarrollo) encargadas de mantener el orden social y administrar el cambio han ido perdiendo lentamente autoridad, poder y credibilidad. El poder de las empresas ha empezado a eclipsar la autoridad del Estado, ya que las decisiones sobre políticas importantes se negocian en esferas multilaterales y asociaciones privadas para facilitar la reestructuración mundial.[2] La reubicación consiguiente de los centros de productividad económica y los cambios en las prácticas laborales, de horarios cíclicos a horarios aleatorios, flexibles y contingentes, han segmentado y desorganizado a masas de personas, dejando a las instituciones tradicionales imposibilitadas de responder a sus necesidades e intereses. Las instituciones de anclaje como los sindicatos de trabajadores, partidos políticos, iglesias y familias son vistas como incapaces de reproducir la cultura de una manera congruente con los cambios que ocurren en los niveles de elite de la sociedad (Castells 1983; Touraine 1971; Hannigan 1985, Hellman 1992). Esta erosión de la legitimidad y el poder obliga a las instituciones tradicionales, entre ellas los organismos de desarrollo, a replantearse su organización y su enfoque de los problemas e inequidades que persisten en la sociedad global.

No obstante, las mismas fuerzas que han minado la legitimidad, autoridad y poder de las instituciones y organizaciones tradicionales también han creado un espacio simbólico para nuevas formas de resistencia a la explotación y dominación. En el espacio atemporal de flujos, ni la lógica de la modernización ni la de la dependencia gobiernan las líneas de acción políticas y económicas, sino que un denominado libre comercio con un espíritu de "todo se acepta" guía los tratados y los procedimientos de los regímenes transnacionales.

Apuntaladas por las interconexiones globales intensificadas a través de actividades de producción y consumo, las políticas neoliberales han producido la obliteración parcial de las fronteras nacionales y un cruce cultural profundo de productos materiales y simbólicos que limitan la capacidad de dominar de las ideologías dominantes, aun cuando perpetúan las relaciones de subordinación (García Canclini 1993, Stern 2000). Desde una perspectiva analítica, esta reestructuración material y simbólica coincide con la perspectiva posmodernizadora que exige más consideración, respeto y tolerancia por las diversas formas de la subjetividad e identidad humana al explorar el orden social y el cambio (Beverley y Oviedo 1993, Waters 1995).

De hecho, los nuevos movimientos sociales, frecuentemente diversos y centrados en la formación de identidad, han surgido en este contexto rico y contradictorio y podrían presentar el desafío más significativo en la lucha global por las garantías democráticas y la prestación de servicios sociales (Melucci 1998). Una serie de teóricos han documentado cómo una amplia variedad de movimientos sociales han convergido en temas comunes como los derechos humanos, el ambiente y la normativa laboral, para afectar las políticas en las esferas nacionales y transnacionales (Brecher y otros 2000, Evans 2000, Keck y Sikkink 1998, Starr 2000). Denominado "globalización desde abajo", el proceso de coordinar la acción global transnacionalmente ha sido posible gracias a los cambios contextuales abstractos descritos anteriormente. Por ejemplo, el movimiento de capital, tecnología, equipos y productos básicos ha creado contextos de identidad inestables —espacio sin lugar— para los trabajadores y consumidores que perturban los sentidos tradicionales del yo en cuanto a expectativas y exigencias.

Los nuevos movimientos sociales que han surgido en este contexto han aprovechado las tecnologías de comunicación y transporte de bajo precio para crear y sostener comunidades globales que han comprometido a los regímenes transnacionales como el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización Mundial del Comercio (OMC). Más aún, los regímenes transnacionales a menudo proporcionan categorías simbólicas e instalaciones materiales que los nuevos movimientos sociales pueden utilizar como tácticas para presentar sus exigencias.

Los estudios de la globalización desde abajo tienden, irónicamente, a examinar el proceso de la coordinación transnacional desde arriba. Es decir, destacan y se centran en la importancia de las redes y alianzas transfronterizas. Por ejemplo, Evans explica la importancia de las conexiones establecidas por los caucheros en Brasil con los activistas ambientales en Estados Unidos para impugnar las políticas de deforestación brasileñas en los ámbitos del Banco Mundial y el FMI. Asimismo, Brecher y otros informan de diversos casos de redes transnacionales entre movimientos pequeños de base popular que fueron fundamentales en la coordinación de acciones para oponerse, por ejemplo, a las políticas sobre el agua en Bolivia, las negociaciones laborales en Estados Unidos y los precios de medicamentos en África. Aunque estos informes son útiles para documentar las consecuencias de los nuevos movimientos sociales, que a menudo se presentan como efímeros, pequeños y aislados, tratan superficialmente el proceso crucial y complejo del surgimiento y el desarrollo de tales movimientos.

En el contexto sobrecogedor de una sociedad global radicalmente reestructurada, los nuevos movimientos sociales han surgido como fenómenos extendidos que parecen desempeñar un papel que antes cumplían las instituciones formales, como los partidos políticos y los sindicatos de trabajadores. Dada la importancia potencial de los nuevos movimientos sociales en el proceso de cambio social, sería aconsejable que los teóricos de la comunicación para el desarrollo prestaran atención a su formación, su mantenimiento y sus dificultades para replantear el futuro práctico y teórico del campo. A continuación se presenta una breve reseña de las principales características de los nuevos movimientos sociales.

Para entender los nuevos movimientos sociales

Se ha conceptualizado que los nuevos movimientos sociales son una respuesta eficaz a los grandes cambios en las relaciones sociales, políticas y económicas arriba descritas. Desde hace casi 30 años se han entendido como un reconocimiento de la disminución de la importancia de las relaciones materiales de producción y la reducción —no eliminación— del papel desempeñado por los sindicatos y los partidos en la producción del cambio (Touraine 1971). Estas observaciones tempranas, basadas en las experiencias europeas, también se han advertido en América Latina, donde surgieron nuevas formas de organizarse y actuar para el cambio social en las décadas de 1980 y 1990 (Álvarez y otros 1998, Escobar y Álvarez 1992, Fals Borda 1992, Hellman 1997, Hopenhayn). El encontrar el sentido de estas nuevas formas ha evolucionado desde los estudios iniciales que celebraban el impacto profundo de los nuevos movimientos sociales en las estructuras políticas y las agendas de políticas, hasta la investigación actual, que es más circunspecta y modesta en la evaluación de sus consecuencias (Slater 1994). Pese al sentido cambiante del impacto global de los nuevos movimientos sociales, este marco teórico siempre ha sostenido que estas formas de organización representaban una novedad respecto de un alejamiento de las estructuras y prácticas situadas en el núcleo de los análisis tanto de modernización como de dependencia. Por lo tanto, los nuevos movimientos sociales existen en una coyuntura histórica de reto e inestabilidad, así como la comunicación para el desarrollo parece estar en una encrucijada que cuestiona su dirección teórica.

La definición de los nuevos movimientos sociales y su diferenciación de las teorías anteriores de protesta y movilización colectiva ha sido contradictoria e inexacta. Antes de las teorías de los nuevos movimientos sociales, los investigadores conceptualizaban la acción coordinada como el resultado de turbas revoltosas caracterizadas por ciertos atributos

Movimientos sociales y participación comunitaria

psicológicos (comportamiento de las masas), dirección y unificación ideológica (procesos de alineación de marcos), o acceso y administración de apoyos materiales y formas organizativas (movilización de recursos).[3] Lo que estos planteamientos tenían en común era el deseo de elaborar explicaciones reduccionistas al concentrarse en los factores organizativos cognitivos y estructurales que contribuían al surgimiento y el mantenimiento de los movimientos. Los teóricos de los nuevos movimientos sociales han reaccionado contra la propensión reduccionista de estos planteamientos anteriores.

Por cierto, varios teóricos se han resistido a siquiera definir los nuevos movimientos sociales, ya que tal imposición externa violaría la autodeterminación, fluidez, heterogeneidad y apertura que los caracteriza (Escobar y Álvarez 1992, Melucci 1998). No obstante, han surgido características generales que diferencian a esta área de investigación de los planteamientos anteriores. Se entiende que los nuevos movimientos sociales son de estructura pequeña, descentralizada y democrática; que son cíclicos y difusos en su disposición temporal; y, que su orientación se basa en la acción para la construcción de su identidad. En el sentido más general, los nuevos movimientos sociales se han definido como grupos heterogéneos que se forman fuera de las instituciones formales y que funcionan en ciclos discontinuos para forjar identidades y significados colectivos que dirigen la acción. Cada una de estas dimensiones —estructural, temporal y de identidad— se describe brevemente a continuación.

Se ha interpretado que las estructuras pequeñas, descentralizadas y democráticas de los nuevos movimientos sociales constituyen un rechazo, una alternativa y un modelo respecto de las organizaciones tradicionales, y que obvian las esferas del sistema institucionalizado y el mundo cotidiano (Fals Borda 1992, Habermas 1981, Hannigan). Los partidos políticos, los sindicatos de trabajadores y otras grandes burocracias representan estructuras osificadas, apáticas, incapaces de percibir los cambios en los intereses, las dificultades y las prioridades de sus integrantes tradicionales. Los nuevos movimientos sociales ofrecen estructuras que reflejan una escala más humana y dependen de la participación de sus integrantes para su mantenimiento (Flacks 1994). La participación intensa generada en estas estructuras alternativas significa que los nuevos movimientos sociales frecuentemente convergen en temas altamente personales e íntimos —como el género y la sexualidad— que limitan su campo de interés (Johnston y otros 1994).

Irónicamente, estos intereses de ámbito reducido necesitan que se identifiquen y mantengan fronteras que, paradójicamente, limitan la afiliación y participación. Los grupos feministas lesbianos, por ejemplo, han creado un espacio en el que una población marginada puede hablar abiertamente de temas pertinentes a sus vivencias, pero para la cohesión del grupo se necesitó diferenciarlo de otras organizaciones feministas (Taylor y Whittier 1992). Las prácticas de fijación y mantenimiento de límites se entienden, en líneas generales, como estrategias axiomáticas de movimientos de identidad que surgen de contextos participativos. Se mencionan aquí para ilustrar los límites y las contradicciones de las estructuras democráticas pequeñas, que corren el riesgo de disolverse en organizaciones segmentadas autorreferenciales incapaces de forjar alianzas que podrían constituir fuerzas de cambio social más fuertes (Hellman 1997; Johnston y otros).

Debido a su estructura pequeña y descentralizada, los nuevos movimientos sociales están temporalmente marcados por orientaciones esporádicas, aunque cíclicas, hacia la expresión de una identidad y un descontento colectivos (Downing 1996). El flujo y reflujo temporal de la acción están asociados a los contextos desinstitucionalizados de los nuevos movimientos sociales que surgen, en la mayoría de los casos, en los laboratorios invisibles y las redes sumergidas de la vida cotidiana. Dichas redes están supeditadas y responden a los cambios circunstanciales; una orientación más consecuente con las condiciones contemporáneas, en las que el espacio

organiza el tiempo y no al revés (Castells 1996b). Una orientación temporal esporádica significa que los nuevos movimientos sociales, tal como el movimiento de las Madres de la Plaza de Mayo en sus inicios en Argentina, son difíciles de documentar, porque a menudo no están a la vista de los críticos sociales (Jelin 1994).[4] También parecen ser de una relevancia efímera, pasajera y transitoria, pero en realidad constituyen una "realidad permanente" debido a su impacto en las relaciones sociales trascendentes (Melucci 1994).

Por último, los nuevos movimientos sociales están menos orientados a metas utilitarias de concesiones materiales y más a la construcción de identidades y significados que den una dirección al comportamiento colectivo (Castells 1983; Habermas; Lowe 1986, Melucci 1998, Touraine 1981). Los teóricos han conceptualizado la orientación hacia la identidad de los nuevos movimientos sociales de maneras muy diferentes. Un grupo trata la formación de identidad como una categoría estática que opera teóricamente como un suplente funcional de la ideología. Denominadas "conciencia experimentada", "logros interaccionales" o "marcos de identidad", estas concepciones de la identidad se centran en las expresiones simbólicas del yo, los antagonistas, los aliados y las audiencias como base para la interpretación de la acción social (Flacks; Hunt y otros 1994; Benford y Snow 1994; Johnston y otros; Snow y Benford 1988). Pese a reconocer la importancia de los procesos interaccionales en los cuales se construyen y reconstruyen identidades, los análisis de esta orientación tienden a enfocarse en "esquemas interpretativos" o productos finales que preceden y guían las acciones subsecuentes.

Una conceptuación ligeramente diferente de la identidad ha surgido de los teóricos que han basado su modo de entender la identidad en una epistemología de la acción (Castells 1983; Lowe; Melucci 1989; Touraine 1981). Esta perspectiva plantea que la participación, movilización, intervención, reproducción y disolución de los nuevos movimientos sociales provienen de interacciones que de hecho constituyen identidades y visiones colectivas del futuro. En lugar de sugerir que la identidad funciona como un antecedente de la acción, la epistemología de la acción sugiere que la identidad está ligada a la acción y es inseparable de ella. Desde esta perspectiva, la investigación empírica de la identidad y los nuevos movimientos sociales debe centrarse en los procesos: cómo llegan las personas a participar, permanecer y alejarse de los movimientos; cómo los actores construyen la identidad colectiva en la acción; y, cómo se produce la unidad de los diversos elementos de la acción (Castells 1983, Hellman 1994, Melucci 1989, Stern). No obstante, «el problema para la mayoría de los analistas es que no sabemos suficiente sobre cómo esto [la creación de los movimientos sociales] tiene lugar» (Hellman 1994). En efecto, pocos estudiosos de los nuevos movimientos sociales se han concentrado realmente en cómo las injusticias que constituyen el meollo de la mayoría de los movimientos se traducen en las vidas y acciones cotidianas de las colectividades y sus integrantes. «Pese a la centralidad de la identidad colectiva en la teoría de los nuevos movimientos sociales, nadie ha analizado cómo las comunidades comprometidas con la defensa de sus derechos desarrollan identidades grupales politizadas» (Taylor y Whittier). Una orientación respecto de los procesos de construcción de la identidad sería aquella que evite los salones del poder y examine los contextos de la vida cotidiana, dadas las formaciones particulares de los nuevos movimientos sociales. «Es en estos callejones traseros de la sociedad [...] donde yo he percibido los embriones de una nueva sociedad» (Castells 1996a).

Centrarse en los contextos de la vida cotidiana, sin embargo, no implica que los estudiosos de los nuevos movimientos sociales ignoren la fuerza y el poder que forman parte integral de las estructuras sociales, políticas y económicas más amplias. Por el contrario, la adopción de una epistemología de la acción ha proporcionado un marco teóricamente rico para abarcar las influencias tanto de la estructura como de la mediación en el cambio social. Los

teóricos reconocen que los significados e identidades de los movimientos sociales no se forman solos únicamente a través de la acción colectiva, sino también en la interacción con las instituciones poderosas (Scout 1995). Los planteamientos de acción respecto de los nuevos movimientos sociales reconocen los factores discursivo-simbólicos y material-estructurales que desempeñan un papel tanto en la reproducción cuanto en la transformación del sistema social (Castells 1983, Escobar y Álvarez 1992). Los investigadores de los nuevos movimientos sociales no han tratado estas dos dimensiones como áreas independientes de investigación y análisis, sino como productos del discurso y la interpretación. Al determinar las características de los factores simbólicos y estructurales, han privilegiado a los participantes de la acción colectiva como fuentes de interpretación (Castells 1983, 1996a; Hellman 1997; Melucci 1998; Touraine 1981). Este giro hacia la subjetividad interpretativa de los participantes de los movimientos viene acompañado de una teoría explícita del poder frente a los procesos del cambio social.

Mientras que el poder es sin duda asimétrico en la sociedad global reestructurada, por lo general no se conceptúa como transparente ni unidimensional en los estudios sobre los nuevos movimientos sociales. Más bien, es visto como una relación difundida en todo el sistema social y reproducida subjetivamente (Álvarez y otros, Touraine 1988). «El nuevo poder radica en los códigos de información y en las imágenes de representación alrededor de los cuales las sociedades organizan sus instituciones, y las personas construyen sus vidas y deciden su comportamiento. Este poder reside en las mentes de las personas» (Castells 1996a). Para entender los nuevos movimientos sociales y sus impactos, los procesos de construcción de la identidad y de autotransformación mismos se plantean como estrategias importantes de cambio político (Taylor y Whittier). El poder, en esta conceptuación, no sólo necesita reproducción, también está sujeto a modificación y reinvención, lo cual abre el camino para la formulación de estrategias de cambio social (Fals Borda 1992). La investigación de los nuevos movimientos sociales evita las nociones binarias, como poderoso-impotente, y adopta maneras más estratificadas y difusas, aunque asimétricas, de entender el poder, que están sujetas a negociación, desafío y redefinición.

La identificación del papel relevante desempeñado por los nuevos movimientos sociales en los procesos contemporáneos de cambio social aporta una dirección teórica y práctica a los teóricos de la comunicación para el desarrollo. Los estudios sobre la globalización y sus cambios concomitantes en los entendimientos básicos del tiempo y el espacio iluminan las exigencias que enfrentan los investigadores de la comunicación para el desarrollo, aun cuando plantean nuevas preguntas y dificultades. Asimismo, la identificación de las características de los nuevos movimientos sociales proporciona una dirección práctica y conceptual a los teóricos de la comunicación para el desarrollo, a la vez que aporta una nueva trascendencia a esta área general de indagación. Más aún, el énfasis en los "cómo" de los movimientos sociales mediante la orientación de la epistemología de la acción respecto de la construcción de la identidad invita a estudiar los procesos de comunicación como una dimensión clave de la comprensión del surgimiento, la formación, el mantenimiento y la disolución de los movimientos. Por lo tanto, los estudios de los nuevos movimientos sociales no sólo aportan una dirección para los estudiosos de la comunicación para el desarrollo, sino que también señalan áreas en que la investigación de la comunicación podría contribuir fructíferamente al entendimiento de estos procesos.

El área de comunicación participativa para el desarrollo parece particularmente compatible con la continua investigación de los nuevos movimientos sociales. Históricamente, el surgimiento de los planteamientos de la comunicación participativa representa un alejamiento de los modelos de desarrollo tanto de modernización como de dependencia, así como la teoría de los nuevos movimientos sociales desafía las explicaciones liberales democráticas

y marxista-estructuralistas del cambio social. La concentración en los procesos dialogísticos —que constituyen el núcleo de la comunicación participativa para el desarrollo— se reproduce en la atención a la formación de la identidad como característica central de lo que tienen de "nuevo" los nuevos movimientos sociales. Por último, la renovada atención al poder entre los teóricos de la comunicación participativa coincide con las conceptuaciones del poder que se han incorporado en los modos de entender los nuevos movimientos sociales y sus impactos.

La comunicación participativa para el cambio social

Desde comienzos de la década de 1970, el paradigma dominante de la comunicación para el desarrollo ha sido materia de mucha objeción. Esta objeción fue particularmente intensa de parte de los teóricos latinoamericanos, quienes cuestionaban la legitimidad de los enfoques de modernización respecto del desarrollo y demandaban teorías y prácticas de la comunicación más apropiadas. Uno de los resultados de esta crítica intensa del paradigma dominante ha sido el surgimiento de un volumen substancial de investigación en el área de la comunicación participativa para el desarrollo. A pesar de su historia consistente y rica evolución, el concepto de comunicación participativa está sujeto a interpretaciones abiertas que en el mejor de los casos son variables y controvertidas y, en el peor, se prestan a un uso indebido y a la distorsión (Arnst 1996, Jacobson y Servaes 1999). El estado actual de la confusión conceptual en el campo de la comunicación participativa necesita de una intervención del tipo que la investigación de los nuevos movimientos sociales potencialmente ofrece.[5]

Modelos no comunicacionales de la comunicación para el desarrollo

Los críticos latinoamericanos del paradigma dominante del desarrollo reprochaban a los grandes medios y a los proyectos de difusión implementar prácticas que se oponían a la esencia dinámica que caracteriza a la comunicación (Beltrán 1975, 1980; Freire 1970, 1973b). Los proyectos de modernización lo hacían al utilizar modelos de comunicación donde emisores activos proporcionaban información valiosa a receptores pasivos para lograr el cambio social. Los críticos sostenían que estos modelos estáticos y lineales de transmisión traicionaban el carácter dinámico, interactivo y centrado en significados de la comunicación.[6] Los teóricos latinoamericanos introdujeron una orientación fenomenológica y crítica que cambió radicalmente la conceptuación, el estudio y la práctica de la comunicación para el desarrollo.

Sugerían que modelos de comunicación más fluidos y elásticos centrados en «cómo el significado deviene en ser» forman la base para las intervenciones de comunicación para el desarrollo. Estas conceptuaciones de la comunicación más fluidas y centradas en el significado enfatizaban la copresencia, la intersubjetividad, el "estar en el mundo" fenomenológico, y la apertura de los interlocutores (Pasquali 1963). Esta visión introdujo fundamentos sofisticados respecto de que los entendimientos colectivos de la realidad social se logran entre las personas, en contextos materiales, y en la comunicación. En otras palabras, los planteamientos tradicionales del desarrollo de entender y cambiar la realidad a través de la definición unilateral de los problemas, objetivos y soluciones fueron criticados por violar la esencia del proceso de creación de significados que es central para la comunicación.

El giro fenomenológico en la comunicación para el desarrollo vino acompañado de una introducción correspondiente de teorías críticas de la sociedad y un interés por el papel desempeñado por las instituciones en el mantenimiento de las estructuras de desigualdad. El más conocido de los primeros críticos del desarrollo es Freire (1970), cuya experiencia en las estructuras educativas tradicionales fue vista como análoga al planteamiento de modernización

en el desarrollo. En oposición a las pedagogías y programas de desarrollo de arriba hacia abajo, que oprimen, Freire proponía un planteamiento participativo liberador centrado en la praxis: práctica autorreflexiva teóricamente guiada. Esta orientación sugería que se cierre la distancia entre maestro y alumno, agente y cliente del desarrollo, investigador e investigado, para ingresar a una relación de aprendizaje mutuo guiado por la acción y la reflexión. Esta orientación estaba imbuida de la postura ética en favor de los pobres articulada por los teólogos de la liberación que influyeron en la investigación de Freire en esa época. La introducción de una teoría crítica ligada a los enfoques de la investigación participativa trajo consigo una sensibilidad hacia las relaciones de poder que ha estado ausente en el discurso del desarrollo dominante hasta la fecha.

Métodos dialógicos

La crítica del paradigma dominante aportó un marco filosófico y epistemológico para la investigación, pero también sugirió un método concomitante práctico en la forma del diálogo. La comunicación dialógica se contrapuso en marcado contraste con los modelos de transmisión de información que surgieron de la pregunta de cinco puntos de Lasswell (1964): quién dice qué en qué canal a quién con qué efecto. Esto exigió que los investigadores y profesionales del desarrollo se remitieran a las vivencias, entendimientos y aspiraciones de los demás para construir conjuntamente la realidad y formular acciones (Beltrán 1980). Freire (1970, 1973a) proporcionó ejercicios concretos para iniciar los diálogos críticos a fin de, en efecto, deconstruir los contextos sociales, separar sus partes constitutivas y reconstruir un universo temático en pos de la transformación social. Este planteamiento metodológico generó una "síntesis cultural" entre los colaboradores del desarrollo para llegar a una identificación conjunta de los problemas, necesidades y lineamientos de acción.

Aparte de su contribución práctica, se promovió el diálogo como una opción ética de comunicación en el contexto del desarrollo. Freire (1970) sostenía que la verdadera humanización emergía de la capacidad del ser humano de «nombrar el mundo» en encuentros dialógicos. Basándose en la noción de "Yo-Tú" de Buber, Freire sostenía que las distinciones sujeto-objeto eran imposibles de mantener en el diálogo verdadero, porque el sentido del yo y el mundo se suscita en la interacción con los demás. La fusión resultante de identidades y nombramiento común del mundo no emergía de un simple intercambio de información. Requería un compromiso moral entre los interlocutores del diálogo. «Ser dialógico es no ser invasor, manipulador ni imponer órdenes. Ser dialógico es comprometerse con la transformación constante de la realidad» (Freire 1973b, 46). Este sentido del diálogo altamente desarrollado —práctico y etéreo a la vez— ha sido adoptado y refinado por teóricos que promueven su uso en la investigación y la práctica del desarrollo participativo (Fals Borda 1988, Rahman 1993).

El poder revisitado

Los primeros defensores de los planteamientos participativos de la comunicación para el desarrollo reconocieron que la dinámica del poder moldea los proyectos tanto de desarrollo como de investigación. Sin embargo, estos primeros críticos en su mayoría conceptualizaban el poder a través de un conjunto de opuestos binarios —poderoso/impotente, opresor/oprimido, autoritario/liberador— e ingenuamente pedían su redistribución general en las culturas y entre naciones.

Las investigaciones más recientes se han centrado explícitamente en el poder y lo han conceptualizado de manera matizada y problemática. Por lo general, el poder se ha concebido teóricamente como multicéntrico —no unidimensional— y como asimétrico (Servaes 1996b, Tehranian 1999). Esta perspectiva multicéntrica y asimétrica reconoce la fuerza de las instituciones y estructuras, pero destaca el papel de la mediación humana en la reproducción y transformación de éstas últimas (Tehranian). En este marco generalizado del poder, algunos ven la comunicación participativa como una fuente potencial de transformación social (Nair y White 1994, Riaño 1994). En virtud de las diferencias —étnicas, de género, sexuales, y similares— que los múltiples actores sociales aportan a los proyectos de desarrollo, la comunicación participativa revela cómo opera el poder para subordinar a ciertos grupos de personas (Riaño). En los proyectos de comunicación participativa para el desarrollo, los individuos y los grupos experimentan un "poder generativo", por medio del cual crean la capacidad de acción, que se puede canalizar para remodelar y transformar las condiciones de subordinación (Nair y White). Lejos de alegar una distribución pareja del poder, la investigación reciente de la comunicación participativa para el desarrollo ha intentado ser más sensible a las múltiples dimensiones del poder, especialmente en cuanto a cómo éstas surgen de grupos marcados por diferencias inherentes.

Debate y conclusión

Los estudios coincidentes respecto a los nuevos movimientos sociales y a la comunicación participativa para el desarrollo han transitado por carriles paralelos que ofrecen un gran potencial de enriquecimiento mutuo. Los estudiosos de los nuevos movimientos sociales han articulado un sentido valioso del contexto de globalización que los investigadores del desarrollo deben tomar en cuenta. Más aún, han proporcionado una orientación práctica respecto de la dirección que los teóricos de la comunicación para el desarrollo podrían seguir. Por último, la investigación de los nuevos movimientos sociales ha incluido una interpretación compleja de las relaciones de poder en las iniciativas de cambio social que enriquece la investigación de la comunicación para el desarrollo en esta área de interés compartido.

En general, los teóricos de los nuevos movimientos sociales han examinado la importancia de las transformaciones contemporáneas en la realidad social en un grado mucho mayor que aquel en que lo ha hecho el campo de la comunicación. Han sostenido convincentemente que el contexto contemporáneo para la labor del desarrollo ha cambiado considerablemente en los últimos 20 años, ya que las nociones de línea de base del tiempo y el espacio se han modificado y la importancia de las instituciones tradicionales se ha visto reducida. Este sentido afinado del contexto puede informar a los teóricos y profesionales de la comunicación para el desarrollo, quienes deben reconsiderar cómo conceptualizan esta labor. Muchos teóricos y profesionales ya han demostrado sensibilidad hacia estos cambios en el contexto al alejar su atención de los proyectos estatales y las grandes intervenciones mediáticas y concentrarla en iniciativas de base popular. Pero incluso los teóricos que han adoptado esta orientación ganarían terreno conceptual si incorporaran las sensibilidades posmodernas y posmodernizadoras en su investigación. Por ejemplo, interpretar a los participantes mismos como multidimensionales, dinámicos, inestables y emergentes tendrá un impacto considerable en la indagación intelectual y la intervención estratégica. En lugar de paralizar la investigación y la práctica, como algunas versiones de la teoría posmoderna tienden a plantear, dicha sensibilidad abrirá nuevas posibilidades de adelanto intelectual y pragmático. Los teóricos y profesionales del desarrollo podrían verse atraídos a las confluencias físicas, zonas híbridas y ciudades globales donde el capital transnacional se cruza con sujetos reterritorializados receptivos a las nuevas nociones de comunidad, afiliación, expectativas y derechos. Las teorías y prácticas de la comunicación para el desarrollo que sean sensibles a los cambios contextuales resaltados aquí deberán ser mucho más flexibles y empíricas en sus descripciones, explicaciones y prescripciones de intervención.

A pesar del carácter inestable y difuso del contexto contemporáneo, las fuerzas tecnológicas y políti-

Movimientos sociales y participación comunitaria

cas que impulsan la globalización han abierto nuevas posibilidades de coordinar la acción a través de la creación de redes transfronterizas. Varios de los teóricos citados aquí han documentado los logros de las organizaciones pequeñas de base popular que han forjado alianzas con grupos de ideas afines para lograr concesiones importantes en un proceso denominado "globalización desde abajo". Si bien estos estudios tienden a obviar la dinámica compleja y necesaria de la formación de los movimientos de base de la cual dependen las redes mundiales, son útiles para los teóricos de la comunicación para el desarrollo. Evidentemente, estos estudios resaltan cómo los proyectos de desarrollo podrían entrar al "espacio de flujos" del sistema de redes mundial para extender sus impactos. Pero también sugieren que las redes mundiales pueden moldear y energizar a los movimientos emergentes al proporcionar nuevas categorías simbólicas y marcos de referencia a los cuales los participantes pueden acceder al formular sus expectativas y demandas. La atención a ese tipo de detalles capturará un aspecto dinámico de los sistemas de redes mundiales que podría ayudar a comprender mejor las iniciativas de solidaridad transfronteriza.

En tanto que el contexto social cambiante señalado arriba conlleva implicaciones importantes para la teoría de la comunicación para el desarrollo, la descripción de las características de los nuevos movimientos sociales también aporta una dirección y una orientación prácticas. La identificación de los grupos pequeños, descentralizados, difusos y democráticos que están surgiendo fuera de las estructuras institucionales refuerza muchas de las direcciones prácticas y teóricas que siguen los planteamientos participativos de la comunicación para el desarrollo. Pero el enfoque adicional en la orientación esporádica, aunque cíclica, de los nuevos movimientos sociales invita a los teóricos de la comunicación para el desarrollo a prestar atención a las dimensiones temporales de manera más sistemática en la investigación y en la práctica. La mayoría de los proyectos de desarrollo, incluso los que se dan a nivel popular, tienden a incorporar nociones lineales del tiempo en su diseño y evaluación. Incorporar los flujos y reflujos de la acción que caracteriza a los contextos desinstitucionalizados necesariamente cambiará el diseño y el estudio de la comunicación para el desarrollo. En lugar de proseguir en una progresión lineal, los proyectos de desarrollo mismos podrían volverse más esporádicos, multifocales y cíclicos para alinearse con los ritmos del mundo cotidiano reflejados en los nuevos movimientos sociales. Tàles proyectos de desarrollo ganarían dimensiones de contingencia, flujo y receptividad a las exigencias previstas que surgen en los contextos de la vida cotidiana. Estas dimensiones también se deben añadir al repertorio conceptual de los teóricos de la comunicación para el desarrollo en su labor de entender y evaluar las iniciativas de desarrollo particulares. Atender a la temporalidad de las maneras sugeridas por la investigación de los nuevos movimientos sociales logrará que la teoría de la comunicación para el desarrollo sea coherente y consecuente con el contexto contemporáneo marcado por la globalización.

Además de concienciar sobre la temporalidad, la investigación de los nuevos movimientos sociales también destaca la importancia de entender los procesos de formación de la identidad en la acción. Varios teóricos de los nuevos movimientos sociales han afirmado que el reto más importante que los investigadores enfrentan en esta área es el estudio de cómo ocurre esta transformación del yo-en-acción. Los planteamientos participativos están en buena posición para responder a este reto y contribuir al entendimiento de la formación de identidad. Con la introducción de las teorías y métodos críticos articulados por los primeros críticos del paradigma dominante, los teóricos de la comunicación participativa cuentan con una metodología establecida basada en una praxis dialógica que ofrece un modo prometedor de ingreso al estudio de cómo surgen y evolucionan los movimientos sociales. El fundamento filosófico establecido por las explicaciones fenomenológicas de los entendimientos colectivos y la adopción de la praxis dialógica como mandato metodológico de la investigación de la comunicación para el desarrollo son coherentes con los presupuestos y las teorías que describen y explican los nuevos movimientos sociales. Seguir la dirección indicada por los retos aquí señalados sugiere que los teóricos de la comunicación para el desarrollo se alinean activamente con los movimientos populares como forma de entender mejor el proceso de formación de la identidad, lo cual la investigación de los nuevos movimientos sociales no ha logrado.

La alineación de la investigación con los movimientos populares, o incluso su estudio a distancia, exige reconocer y dar cuenta del poder. Los teóricos han señalado la complejidad del poder en su carácter simultáneamente asimétrico y multidimensional, pero también han señalado que las conceptuaciones del poder constituyen, posiblemente, el tema más espinoso y problemático que enfrentan los investigadores de los nuevos movimientos sociales. Debido a la propensión de los pequeños movimientos de identidad hacia la fijación y mantenimiento de límites, los teóricos han advertido que dichos grupos corren el riesgo de disolverse en organizaciones autorreferenciales que menoscaban sus orígenes democráticos.

Más aún, los movimientos que se resisten a las tendencias de la globalización han ejercido un poder de carácter reaccionario y opresor, como en el caso de los grupos paramilitares, de *skinheads* (cabezas rapadas) y fundamentalistas cristianos. Ni los estudios de los nuevos movimientos sociales ni las investigaciones de la comunicación participativa para el desarrollo han presentado una respuesta teórica viable que haga frente a este reto empírico y conceptual. Un estudio detenido de cómo los procesos liberadores (participación en la construcción colectiva de la identidad) pueden generar consecuencias opresivas constituye el reto teórico más trascendente que ambos campos enfrentan actualmente.

Los planteamientos participativos de la comunicación para el desarrollo ganarán claridad conceptual, dirección práctica y una pertinencia renovada al incorporar los aportes de la investigación de los nuevos movimientos sociales. La articulación de un contexto global cambiado, la identificación de características en común y la elaboración de relaciones de poder que están asociadas a los nuevos movimientos sociales ofrecen pautas para el estudio y la práctica de la comunicación para el desarrollo. Pero el énfasis reciente en cómo surgen las identidades en la acción invita a los investigadores de la comunicación participativa para el desarrollo a ocupar un papel central en el aporte de un mayor entendimiento de estos grupos para efectuar el cambio social. Valerse de las herramientas y los conceptos establecidos de los planteamientos participativos y darles una dirección renovada a partir de la investigación de los nuevos movimientos sociales promete impartir mayor claridad y trascendencia a la teoría y la práctica de la comunicación para el desarrollo en su continua evolución.

Notas

1 El trabajo de Habermas (1981) es una excepción, ya que él conceptualizó los nuevos movimientos sociales desde el principio como «grupos de comunicaciones protegidas subculturalmente» y «estructuras comunicativas». La obra sustancial de Habermas sobre la construcción de una teoría de la acción comunicativa se ha aplicado extensamente en la comunicación para el desarrollo (por ejemplo Jacobson 1993, Jacobson y Kolluri 1999). No obstante, su trabajo de investigación ocupa un espacio insignificante en la amplia investigación de los nuevos movimientos sociales que ha surgido de la sociología y las ciencias políticas.

2 Los teóricos debaten el grado de decadencia del papel y la autonomía del Estado-nación y advierten en contra de descartar prematuramente su importancia como categoría analítica. La mayoría de los científicos sociales tienden a coincidir, no obstante, en que las fuerzas contemporáneas en las esferas políticas, económicas y culturales están minando la legitimidad y la fuerza del Estado-nación con una intensidad sin precedentes. Aquí no se pretende argumentar la irrelevancia del Estado-nación, sino simplemente establecer el cambio trascendente, en nuestro entendimiento, del contexto en el que ocurren las prácticas de desarrollo.

3 Una reseña histórica valiosa de esta investigación se publicó en McAdam y otros (1988). Otros estudios útiles que esbozan los patrones generales en la investigación de los movimientos sociales y las distinciones hechas por los

Movimientos sociales y participación comunitaria

teóricos de los nuevos movimientos sociales incluyen los de Escobar y Álvarez (1992), Hannigan (1985) y Melucci (1989, 1994).

4 El movimiento de las Madres de la Plaza de Mayo en Argentina comenzó en las cocinas y salas de mujeres cuyos hijos desaparecieron a manos de los militares. Finalmente, se convirtió en una campaña por los derechos humanos internacionalmente reconocida pero estuvo marcado por esfuerzos organizativos y de protesta esporádicos.

5 Dado que la historia y el estado presente de la comunicación participativa para el desarrollo están ampliamente documentadas en todo lado, hacer aquí una revisión completa no es necesario ni posible. Los lectores que estén interesados en tener más detalles de esta tradición investigativa pueden consultar Huesca 2002, Jacobson y Servaes 1999, Servaes 1996a y White 1994.

6 El trabajo de Dervin 1993 y Dervin y Clark 1993 ha sido fundamental para clarificar las conceptuaciones respecto de las teorías no comunicacionales de la comunicación.

Bibliografía citada

Álvarez, S. E.; Dagnino, E. y Escobar A. (1998). "Introduction: The cultural and the political in Latin American social movements" en Álvarez, S. E.; Dagnino, E. y Escobar A. (eds.) *Cultures of politics/politics of cultures: Revisioning Latin American social movements*. Boulder, Colorado, Westview.

Arnst, R. (1996). "Participation approaches to the research process" en Servaes, J.; Jacobson, T. L. y White, S. A. (eds.) *Participatory communication for social change*. New Delhi, Sage.

Beltrán, L. R. (1975). "Research ideologies in conflict" en *Journal of Communication*, 2.

Beltrán, L. R. (1980). "A farewell to Aristotle: 'Horizontal' communication" en *Communication*, 5.

Beverley, J. y Oviedo, J. (1993). "Introduction: The postmodernism debate in Latin America" en *Boundary 2*, 20.

Brecher, J.; Costello, T. y Smith, B. (2000). *Globalization from below: The power of solidarity*. Boston, South End Press.

Castells, M. (1983). *The city and the grassroots: A cross-cultural theory of urban social movements*. Berkeley, University of California Press.

Castells, M. (1996a). *The power of identity*. Malden, Massachusetts, Blackwell Publishers.

Castells, M. (1996b). *The rise of the network society*. Cambridge, Massachusetts, Blackwell Publishers.

Dervin, B. (1993). "Verbing communication: Mandate for disciplinary invention" en *Journal of Communication*, 43.

Dervin, B. y Clark, K. (1993). "Communication and democracy: A mandate for procedural invention" en Splichal, S. y Wasko, J. (eds.) *Communication and democracy*. Norwood, New Jersey, Ablex.

Downing, J. (1996). *Internationalizing media theory: Transition, power, culture: Reflections on media in Russia, Poland and Hungary 1980-95*. London, Sage.

Escobar, A. (2000). "Place, power, and networks in globalization and postdevelopment" en Wilkins, K. G. (ed.) *Redeveloping communication for social change: Theory, practice, and power*. Lanham, Maryland, Rowman & Littlefield.

Escobar, A. y Álvarez, S. E. (1992). "Introduction: Theory and protest in Latin America today" en Escobar, A. y Alvarez, S. E. (eds.) *The making of social movements in Latin America: Identity, strategy, and democracy*. Boulder, Colorado, Westview.

Evans, P. (2000). "Fighting marginalization with transnational networks: Counter-hegemonic globalization" en *Contemporary Sociology*, 29 (1).

Fals Borda, O. (1988). *Knowledge and people's power: Lessons with peasants in Nicaragua, Mexico and Colombia*. New Delhi, Indian Social Institute.

Fals Borda, O. (1992). "Social movements and political power in Latin America" en Escobar, A. y Alvarez, S. E. (eds.) *The making of social movements in Latin America: Identity, strategy, and democracy*. Boulder, Colorado, Westview.

Flacks, R. (1994). "The party's over—so what is to be done?" en Laraña, E.; Johnston, H. y Gusfield, J. R. (eds.) *New social movements: From ideology to identity*. Philadelphia, Temple University Press.

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. New York, Herder and Herder.

Freire, P. (1973a). *Education for critical consciousness*. New York, Seabury Press.

Freire, P. (1973b). *¿Extensión o comunicación?* Buenos Aires, Siglo XXI.

García Canclini, N. (1993). "The hybrid: A conversation with Margarita Zires, Raymundo Mier, and Mabel Piccini" en *Boundary 2*, 20 (3).

Habermas, J. (1981). "New social movements" en *Telos*, 49.

Hannigan, J. A. (1985). "Alain Touraine, Manuel Castells and social movement theory: A critical appraisal" en *The Sociological Quarterly*, 26 (4).

Hellman, J. A. (1992). "The study of new social movements in Latin America and the question of autonomy" en Escobar, A. y Alvarez, S. E. (eds.) *The making of social movements in Latin America: Identity, strategy, and democracy*. Boulder, Colorado, Westview.

Hellman, J. A. (1994). "Mexican popular movements, clientelism and the process of democratization" en *Latin American Perspectives*, 21 (2).

Hellman, J. A. (1997). "Social movements: Revolution, reform and reaction" en *NACLA report on the Americas*, 30 (6).

Hopenhayn, M. (1993). "Postmodernism and neoliberalism in Latin America" en *Boundary 2*, 20 (3).

Huesca, R. (2002). "Participatory approaches to communication for development" en Gudykunst, W. B. y Mody, B. (eds.) *Handbook of international and intercultural communication*. Thousand Oaks, California, Sage.

Hunt, S. A.; Benford, R. D. y Snow, D. A. (1994). "Identity fields: Framing processes and the social construction of movement identities" en Laraña, E.; Johnston, H. y Gusfield, J. R. (eds.) *New social movements: From ideology to identity*. Philadelphia, Temple University Press.

Jacobson, T. L. (1993). "A pragmatist account of participatory communication research for national development" en *Communication Theory*, 3 (21).

Jacobson, T. L. y Kolluri, S. (1999). "Participatory communication as communicative action" en Jacobson, T. L. y Servaes, J. (eds.) *Theoretical approaches to participatory communication*. Cresskill, New Jersey, Hampton Press.

Jacobson, T. L. y Servaes, J. (eds.) *Theoretical approaches to participatory communication*. Cresskill, New Jersey, Hampton Press.

Jelin, E. (1994). "The politics of memory: The human rights movement and the construction of democracy in Argentina" en *Latin American Perspectives*, 21 (2).

Johnston, H.; Laraña, E. y Gusfield, J .R. (1994). "Identities, grievances, and new social movements" en Laraña, E.; Johnston, H. y Gusfield, J. R. (eds.) *New social movements: From ideology to identity*. Philadelphia, Temple University Press.

Keck, M. E. y Sikkink, K. (1998). *Activists beyond borders: Advocacy networks in international politics*. Ithaca, New York, Cornell University Press.

Lasswell, H. D. (1964). "The structure and function of communication in society" en Bryson, L. (ed.) *The communication of ideas*. New York, Cooper Square Publishers.

Lowe, S. (1986). *Urban social movements: The city after Castells*. New York, St. Martin's Press.

McAdam, D.; McCarthy, J. D. y Zald, M. N. (1988). "Social movements" en Smelser, N. J. (ed.) *The handbook of sociology*. Newbury Park, California, Sage.

Melucci, A. (1989). *Nomads of the present*. Philadelphia, Temple University Press.

Melucci, A. (1994). "A strange kind of newness: What's "new" in new social movements?" en Laraña, E.; Johnston, H. y Gusfield, J. R. (eds.) *New social movements: From ideology to identity*. Philadelphia, Temple University Press.

Melucci, A. (1998). "Third world or planetary conflicts?" en Álvarez, S. E.; Dagnino, E. y Escobar, A. (eds.) *Cultures of politics/politics of cultures: Re-visioning Latin American social movements*. Boulder, Colorado, Westview.

Nair, K. S. y White, S. A. (1994). "Participatory development communication as cultural renewal" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory communication: Working for change and development*. New Delhi, Sage.

Pasquali, A. (1963). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Universidad Central de Venezuela.

Rahman, M. A. (1993). *People's self development: Perspectives on participatory action research*. London, Zed Books.

Riaño, P. (1994). "Women's participation in communication: Elements of a framework" en Riaño, P. (ed.) *Women in grassroots communication*. Thousand Oaks, California, Sage.

Rodrik, D. (1997). *Has globalization gone too far?* Washington, D. C., Institute for International Economics.

Sassen, S. (1998). *Globalization and its discontents*. New York, New Press.

Servaes, J. (1996a). "Introduction: Participatory communication and research in development settings" en Servaes, J.; Jacobson, T. L. y White, S. A. (eds.) *Participatory communication for social change*. New Delhi, Sage.

Servaes, J. (1996b). "Participatory communication research with new social movements: A realistic utopia", en Servaes, J.; Jacobson, T. L. y White, S. A. (eds.) *Participatory communication for social change*. New Delhi, Sage.

Slater, D. (1994). "Introduction" en *Latin American Perspectives*, 21 (2).

Snow, D. A. y Benford, R. D. (1988). "Ideology, frame resonance, and participant mobilization" en *International Social Movement Research*, 1.

Starr, A. (2000). *Naming the enemy: Anti-corporate movements confront globalization*. London, Zed Books.

Stern, M. J. (2000). "Back to the future? Manuel Castells' *The information age* and the prospects for social change" en *Cultural Studies*, 14 (1).

Taylor, V. y Whittier, E. (1992). "Collective identity in social movement communities: Lesbian feminist mobilization" en Morris, A. D. y Mc- Clurg Mueller, C. (eds.) *Frontiers in social movement theory*. New Haven, Connecticut, Yale University Press.

Tehranian, M. (1999). *Global communication and world politics: Domination, development and discourse*. Boulder, Colorado, Lynne Rienner.

Touraine, A. (1971). *The post-industrial society: Tomorrow's social history: Classes, conflicts and culture in the programmed society*. New York, Random House.

Touraine, A. (1981). *The voice and the eye*. Cambridge, U. K., Cambridge University Press.

Touraine, A. (1988). *Return of the actor: Social theory in postindustrial society*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

Waters, M. (1995). *Globalization*. London, Routledge.

White, S. A. (1994). "The concept of participation: Transforming rhetoric to reality" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory communication: Working for change and development*. New Delhi, Sage.

Wilkins, K. G. (2000). "Introduction" en Wilkins, K. G. (ed.) *Redeveloping communication for social change: Theory, practice, and power*. Lanham, Maryland, Rowman & Littlefield.

Huesca, R. (2001). "Conceptual contributions of new social movements to development communication research" en *Communication Theory*, 1. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

De medios alternativos a medios ciudadanos

Clemencia Rodríguez

Y i los vientos son cuatro,
ni siete los colores;
caminante, no hay camino,
se hace camino al andar...
Antonio Machado

Problematizando la comunicación alternativa

Corre el año 1984. Finalmente logro montarme en una mula que hace parte de una expedición; vamos por un camino que serpentea los Andes colombianos. Nuestro equipo de vídeo se sacude sobre el lomo de la mula que va delante de mí. "Espero que las sacudidas no dañen la cámara", murmuro entre dientes. Claudia, mi colega, viene detrás en su propia mula. Nuestra jornada empezó al amanecer, cuando cuatro hombres vinieron a recogernos al pequeño hostal situado en el marco de la plaza del pueblo. La noche anterior habíamos acordado la hora y el lugar. Ofrecieron guiarnos a pueblos y comunidades a los que sólo se podía llegar a pie o en mula; nosotras escogimos la segunda opción. Nuestros guías pertenecen a una organización campesina, lo que en América Latina llamamos "organizaciones populares". Esta organización en particular lucha contra la injusticia social que afecta a esta comunidad rural de Samaná, Caldas, una región cafetera de la cordillera andina. El propósito de nuestra visita es realizar un vídeo sobre su trabajo, la evolución de su movimiento y el creciente impacto de los actores armados en la región.

Grabamos con la cámara de vídeo durante todo el día, entrevistando a distintos miembros de la organización en sus casas, en las veredas, intentando capturar la vida cotidiana y la actividad política de esta comunidad. Casi al terminar el día, uno de los entrevistados me pregunta si hay alguna posibilidad de ver lo que hemos grabado; recuerdo entonces haber visto un televisor en blanco y negro en una de las casas. El dueño presta el aparato con gusto y lo conecto a nuestra pequeña videocámara. Antes de haber acabado con las conexiones, el rumor corre rápidamente y la habitación se llena de vecinos a la espera de ver el resultado de nuestras idas y venidas a lo largo del día. Al oprimir el botón de encendido de la cámara, siento que corren por mi sien gotas de sudor; el pequeño recinto se pone más caluroso y húmedo a medida que la comunidad se apiña para unirse a nosotros; nadie se quiere quedar por fuera; ver la grabación sin editar se convierte en un evento importante. Es la primera vez que la comunidad tiene la oportunidad de verse en televisión, y este primer encuentro con una imagen mediada de sí mismos tiene efectos profundos en cada uno de sus miembros. Ninguna de mis lecturas sobre comunicación democrática y flujos desiguales de información podría haberme preparado para entender la profundidad de esta experiencia. En ese momento fui testigo de cómo una comunidad se mira y, en ese proceso, transforma sus propias imágenes. Nunca olvidaré la reacción de una mujer ante las tomas realizadas en su casa: "¡Nunca pensé que mi cocina pudiera ser tan bonita!". La firme percepción que tenía de su cocina hasta ese momento, fue sacudida por la nueva perspectiva que le permitió la cámara de vídeo.

Quince años después de esa vivencia, he participado en muchos proyectos de medios alternativos. He sido testigo de cómo las mujeres de comunidades urbanas de Ciudad Bolívar en Bogotá y los jóvenes latinos de barrios marginales en Texas producen vídeos alternativos; he visto cómo catalanes de diferentes edades, géneros y estilos de vida hacen su propia programación de televisión alternativa en España; he observado cómo mujeres y hombres de zonas rurales apartadas al norte de Nicaragua construyen su propio sistema radial de información alternativa.

Mi interés inicial en los medios alternativos surge de lo que en ese entonces se conoció como el Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación (NOMIC) y su propósito de equilibrar los flujos globales de información y comunicación. Este movimiento, liderado por UNESCO, buscaba alcanzar dicha meta poniendo los medios electrónicos de comunicación en manos de ciudadanos y comunidades a las que tradicionalmente se les había negado el acceso a la producción y distribución de mensajes a través de los medios. Según el NOMIC, los medios alternativos modificarían la vieja ecuación de poder entre las poderosas empresas transnacionales dueñas de los medios y las audiencias pasivas, limitadas al papel de recibir información y comunicación.

Sin embargo, mi trabajo de campo con líderes y productores de medios alternativos me estaban mostrando procesos mucho más complejos que lo previsto por el NOMIC. Durante esos años pude ser testigo de cómo hombres y mujeres que participan en estos proyectos pasan por verdaderas transformaciones que los llevan a cuestionar "presupuestos" de tipo sociológico, psicológico e incluso existencial. La cercanía a proyectos de medios alternativos me permitió ver cómo la producción de mensajes en medios alternativos implica mucho más que el simple desafío a los medios tradicionales con corresponsales campesinos como nuevas fuentes de comunicación e información.

Producir uno mismo sus productos mediáticos implica tener la oportunidad de crear las propias imágenes de sí mismo y del entorno; implica poder recodificar la propia identidad con signos y códigos elegidos por uno mismo, irrumpiendo así en la aceptación pasiva de identidades impuestas por sujetos externos; implica convertirse en el relator de la propia historia y recobrar así la voz propia; implica

reconstruir el autorretrato de la comunidad y sus culturas; implica explorar las posibilidades semánticas infinitas del propio cuerpo, del propio rostro, para crear expresiones faciales (una nueva codificación del rostro) y lenguajes no verbales (una nueva codificación del cuerpo) nunca antes vistos; implica sacar los lenguajes propios de su escondite habitual, para ponerlos en la esfera pública y ver cómo se comportan, cómo derrotan otros lenguajes, o cómo son derrotados por ellos... Lo que importa es que, por primera vez, los tímidos lenguajes propios, aquellos que se usan para lo familiar y lo privado, participan en la arena de lo público, de los lenguajes y el discurso.

Este mismo trabajo de campo me permitió ver cuán dramáticamente se rompen los códigos culturales preestablecidos y las relaciones de poder tradicionales. Hombres y mujeres que siempre y sólo se habían visto como público (como radioescuchas o televidentes) tuvieron que reconstruir su autoperspectiva y contexto social a medida que se volvían productores y emisores de mensajes. Su punto de vista pasó de ser el de receptores pasivos con poco control, al de mensajeros responsables que buscan y filtran la información. Las mujeres, acostumbradas a que los hombres las "guiaran" y a considerar este hecho como algo natural, se ven abocadas a replantear totalmente su perspectiva de las relaciones de género al dirigir a actores masculinos para sus propias telenovelas alternativas. En algunos casos, donde la subordinación de la mujer es la fuente principal de su identidad, revisar las propias convicciones sobre las relaciones de género implica una reformulación total de la propia visión del mundo

Al intentar conceptualizar todas estas experiencias, me encontré con un vacío. Comprendí que los marcos teóricos y conceptuales que nosotros, los académicos de la comunicación, usábamos para explorar y entender la comunicación y los medios alternativos pertenecen a un ámbito muy limitado como para aprehender este tipo de procesos. Nuestras teorías usaban categorías demasiado estrechas para abarcar las experiencias vividas por quienes participan en medios alternativos. Los estudiosos de la comunicación y los activistas mediáticos veían los medios alternativos como una opción prometedora para compensar la distribución desigual de los recursos que sobrevino con el crecimiento de las grandes empresas mediáticas. Este origen ha ubicado el debate en categorías rígidas de poder y concepciones binarias de dominación y subordinación que eluden la fluidez y complejidad de los medios alternativos como un fenómeno social, político y cultural. Es como tratar de captar la belleza de los movimientos de un bailarín con una fotografía estática. Así, me embarqué en la tarea de encontrar una nueva ruta para conceptualizar los medios alternativos; mi meta era apartarme de las definiciones tradicionales, estáticas y esencialistas de democracia, ciudadanía y acción comunicativa democrática, conceptos que necesariamente alimentan nuestras teorías sobre medios alternativos. Además, este nuevo marco teórico debía ser lo suficientemente sólido como para aprehender toda la riqueza de las experiencias que yo había presenciado tan de cerca. Aunque intentaba alejarme de dichas definiciones estáticas y esencialistas, también era consciente del riesgo de llegar al callejón sin salida postmoderno de una realidad social y un sujeto social mutante *ad infinitum*.

En consecuencia, necesitaba una propuesta teórica capaz de formular conceptos no esencialistas y dinámicos y a la vez evitar la parálisis política de la teoría posmoderna. Mis exploraciones en el campo de la comunicación y los estudios culturales no me ofrecieron una respuesta satisfactoria. El enfoque de los estudios de comunicación desde el cual se interpretan las políticas sobre medios alternativos y comunicación participativa todavía está atrapado en el concepto tradicional de política de oposición; es decir, la política de resistencia todavía se piensa exclusivamente en términos de acción subversiva. Los estudios culturales tampoco me proporcionaron un fundamento teórico satisfactorio porque, como sostiene Douglas Kellner (1995):

> «[...] el fracaso de los estudios culturales para abordar el tema de los medios alternativos es hoy más enigmático y menos aceptable puesto que en la actualidad en efecto existe una variedad de espacios para la producción de películas y videos alternativos, radios comunitarias, boletines informativos y foros de discusión por internet, y otras formas de comunicación en las que los ciudadanos y activistas pueden participar».

Mientras los estudios culturales parecen preocuparse por los textos mediáticos del poder dominante y la forma como los distintos públicos interactúan con ellos, los textos mediados de los ciudadanos del común no han alcanzado el estatus de objeto de estudio. Mi búsqueda finalmente se vio recompensada por la teoría inspiradora sobre democracia y política de cambio desarrollada por dos estudiosas: Chantal Mouffe y Kristie McClure. Desde una perspectiva feminista, Mouffe y McClure han formulado nuevas aproximaciones teóricas a la política, la acción política y el ciudadano. Su teoría de democracia radical representa un esfuerzo por desarrollar conceptos dinámicos y no esencialistas para re-pensar la política y el cambio social. Este trabajo explica cómo dicha teoría ofrece un marco conceptual rico y original que permite aprehender la complejidad de los procesos culturales, sociales y políticos activados por los medios alternativos.

Punto de partida: el Informe MacBride

Sin duda, la década de 1970 fue una de intensa agitación en el mundo de la comunicación internacional. En el seno de las Naciones Unidas, particularmente de la UNESCO, los representantes de los países tercermundistas expusieron todo un escenario de injusticias en el campo de la comunicación. Denunciaron una situación en la que el flujo de información y comunicación desde los países del Primer Mundo[1] hacia los países del tercero era diez veces más fuerte que el flujo en sentido contrario. Además, lo que entonces se llamó "Comunicación Sur a Sur" —es decir, la comunicación e información que viaja directamente de un país tercermundista a otro— era prácticamente inexistente. De igual o mayor importancia fue el hecho de que la mayoría del tráfico global de medios de comunicación era controlado por unas pocas empresas transnacionales de comunicación (TNCC, Trans-National Communication Corporation), todas ubicadas en Estados Unidos, Europa Occidental y Japón (Mattelart 1974, 1977, 1983).

Según datos recogidos en su momento por expertos en comunicación internacional, la mayoría de los medios noticiosos que circulaban alrededor del mundo eran producidos por un puñado de agencias de prensa, casi todas de países del Primer Mundo: AP y UPI de Estados Unidos, Reuter de Inglaterra, France Press de Francia y TASS de la antigua Unión Soviética. Se resaltaron varias consecuencias negativas de esta situación. En primer lugar, casi toda la información proveniente de los países tercermundistas era recogida por reporteros internacionales del Primer Mundo que "informaban objetivamente" acerca del mundo subdesarrollado desde una perspectiva muy limitada de país desarrollado; en consecuencia, concebido en términos de su atraso, salvajismo y pobreza, el Tercer Mundo se convirtió en una serie de imágenes de violencia, pobreza y desastres naturales en los medios informativos globales.

En segundo lugar, incluso los países del Tercer Mundo consumían esas mismas imágenes primermundistas de sí mismos, lo cual resultaba particularmente irónico dada la proximidad geográfica, social y política de los hechos que generaban tales imágenes. Así, el establecimiento de canales directos de información y comunicación entre los países tercermundistas, también llamados "Comunicación Sur a Sur", se volvió una prioridad.

En tercera instancia, la información sobre el Tercer Mundo no sólo era limitada en su perspectiva sino además restringida en términos de su cantidad. El número de artículos noticiosos circulantes sobre el Primer Mundo era incomparablemente mayor que aquel sobre el Tercer Mundo. En consecuencia, casi

el 40% de los reportajes extranjeros que aparecían en los periódicos estadounidenses eran sobre Europa Occidental y América del Norte, mientras que el porcentaje sobre América Latina era "visiblemente menor" (Frederick 1993).

Como una manera de cambiar este estado de cosas, los expertos en comunicación del Tercer Mundo y los encargados de diseñar las políticas de comunicación recomendaron el establecimiento de agencias de prensa tercermundistas. Estas empresas favorecerían el hecho de que los reporteros locales recogieran la información sobre sus propias sociedades, desde su propio punto de vista; además, la información se distribuiría directamente desde el país tercermundista al resto, esquivando así la influencia de los productores de información del Primer Mundo. El ejemplo más sobresaliente de una agencia de prensa tercermundista que surgiera como resultado de lo anterior es la Inter Press Service (IPS). Aunque muchos periodistas y otros profesionales de la comunicación han invertido enormes esfuerzos para hacer de este proyecto una realidad, la IPS nunca ha podido competir con las agencias de prensa del Primer Mundo. Por lo tanto, mientras «el promedio de producción diaria de noticias de las agencias mundiales oscila entre los 17 millones de palabras diarias producidas por la AP y los 3.3 millones de la France Press [...] la Inter Press Service saca 150.000 palabras por día» (Hamelink 1995).

Los medios de entretenimiento no corrían con mejor suerte. Los datos recogidos en su momento dejaron al descubierto una situación en la que un número desproporcionado de programas de televisión, películas y artículos de revista era producido y distribuido por unas pocas TNCC. Aunque sus casas matrices estaban ubicadas en Estados Unidos, la mayoría de estas empresas exportaban sus productos al resto del mundo, particularmente a los países tercermundistas, donde muchas de las industrias domésticas de televisión y cine eran incipientes y no podían producir una programación de calidad técnica comparable.[2]

Por consiguiente, la población del Tercer Mundo estaba consumiendo una ración diaria de productos mediáticos que reflejaban la cultura y los valores del país de origen, los Estados Unidos. Las implicaciones fueron denunciadas de inmediato por los académicos y los responsables de definir políticas en el Tercer Mundo. En ese momento se denunció fuertemente cómo el consumo constante de valores y formas culturales extranjeras menoscabaría las culturas locales del futuro, minaría las identidades nacionales y limitaría el progreso de las industrias nacionales de comunicación. En lugar de potenciar sus fuerzas para definir sus propias identidades y destinos, los países del Tercer Mundo se estaban volviendo entes alienados sin una idea clara de quiénes eran y a dónde querían ir.

También en este caso las recomendaciones fueron claras: las políticas nacionales de comunicación y las regulaciones de los medios debían ser formuladas por cada nación tercermundista, a fin de proteger su "soberanía electrónica". Adicionalmente, la UNESCO declaró que un Orden Mundial de Información y Comunicación más equilibrado (y justo) requería la diversificación de las fuentes de información y comunicación. El monopolio de unas cuantas transnacionales controlando el flujo global de productos de comunicación debería ser reemplazado por un escenario donde muchos actores sociales pudieran tener acceso a los medios de comunicación, no sólo como público, sino también como productores.

Muchos de estos temas relacionados con la democratización de la comunicación fueron expuestos por primera vez por la UNESCO en el Informe MacBride (UNESCO 1980).[3] El debate alrededor de los procesos de democratización de la comunicación y la redistribución del poder comunicativo se desarrolló desde una aproximación internacional general a la democracia. La controversia se centró principalmente en los temas de desigualdad en los flujos de información entre los países ricos (del Norte, centrales, o del Primer Mundo) y los países pobres (del Sur, periféricos, o del Tercer Mundo). Desde

esta perspectiva, quienes luchaban por prácticas comunicacionales más democráticas propusieron diversas soluciones que incluían políticas nacionales de comunicación, canales de comunicación e información Sur a Sur y un código de ética para los medios masivos. Supuestamente, todas estas soluciones favorecerían un Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación (NOMIC).[4] No obstante, casi dos décadas después, la evidencia del fracaso del NOMIC es agobiante. No sólo se mantiene el desequilibrio entre los flujos de información y comunicación, sino que además los medios masivos son controlados por un número cada vez más reducido de propietarios. Al final de la década de 1980 y comienzos de la de 1990 —la era Reagan/Thatcher— se generó un clima de ausencia de regulación y de privatización que trajo como resultado la fusión de empresas transnacionales ya bastante poderosas (Mohammadi 1997). Se conformó lo que Bagdikian (1997) llamó el «nuevo cartel de las comunicaciones», un grupo de menos de veinte gigantes, la mayoría de ellos con sede en Estados Unidos o Europa Occidental, que ha logrado el control de la mayor parte de las comunicaciones mundiales.[5] Entretanto, los países en vías de desarrollo controlan aún menos del flujo global de información y comunicación. Aunque están fuertemente integrados al flujo de las telecomunicaciones como mercados importantes para las corporaciones transnacionales, estos países poseen «tan solo el 7% de los recursos de telecomunicaciones existentes» (Mohammadi).

En lo que respecta a los medios noticiosos, el número de agencias de prensa internacionales se ha reducido desde comienzos de la década de 1980. Hoy, el mayor flujo de noticias internacionales lo generan sólo tres grandes protagonistas: la Associated Press, Reuter y la France Press; el flujo mundial de noticias visuales está dominado por Reuters Television y World Television Network (WTN) (Hamelink 1997a).

En un diagnóstico de finales de los 90 del estado de las recomendaciones hechas en el Informe MacBride, Hamelink (1997b) encuentra que estas propuestas nunca se hicieron realidad, y que «incluso las siglas NOII (Nuevo Orden Internacional de Información) y la más reciente NOMIC han desaparecido prácticamente del debate multilateral». Bajo la presión de modernizar sus infraestructuras de comunicación, se obligó a los países tercermundistas a privatizar sus industrias mediáticas por temor a quedar "por fuera" de la sociedad de la información. En un esfuerzo por ser incluidos, los países del Tercer Mundo abrieron sus puertas a las TNCC y dejaron de lado las legislaciones de medios y las políticas nacionales de comunicación.

En vista del fracaso de los gobiernos nacionales y las agencias internacionales para equilibrar el flujo global de información y comunicación, varios académicos han señalado que el debate sobre democratización de la comunicación debe tomar un curso diferente. A finales de la década de 1970 y comienzos de la de 1980, varias conferencias internacionales se constituyeron en foros de discusión sobre una nueva aproximación a la democratización de la comunicación; entre ellas sobresalen la de "Alternativas Populares para la Comunicación Masiva" celebrada en Barcelona en 1978 y la Duodécima Conferencia de la Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social —AIECS (International Association for Media and Communication Research— IAMCR) llevada a cabo en Caracas en 1980 (Reyes Matta 1986).

El nuevo enfoque se centraba en los movimientos sociales y las organizaciones de base y sus medios alternativos de comunicación como los nuevos sujetos protagonistas de procesos de democratización de la comunicación. En 1981 se lanzó en México *Comunicación Alternativa y Cambio Social*, una publicación que marcó un hito en la comunicación alternativa en América Latina (Simpson Grinberg 1981b). En ella, algunos de los expertos en comunicación más prominentes de América Latina manifestaron el potencial de los medios alternativos para contrarrestar la tendencia a la comunicación

transnacional y el imperialismo cultural (Capriles 1981, Simpson Grinberg 1981a, Reyes Matta 1981, Portales 1981). La esperanza era que los sujetos sociales recientemente politizados (movimientos sociales, organizaciones de base, grupos populares) establecieran sus propios medios de comunicación a pequeña escala y tejieran sus propias redes de información, esquivando así las TNCC (Servaes 1992). Además de proporcionar información alternativa a sus públicos, se esperaba que estos nuevos medios —llamados medios alternativos— se salieran del esquema de comunicación vertical típico de los medios masivos dominantes. Mientras los grandes medios funcionan con base en una relación jerárquica entre productores y público —en la que este último no tiene voz y está limitado al rol pasivo de recibir los mensajes emitidos por los medios— los medios alternativos fueron concebidos como la panacea de la comunicación horizontal, en la que emisores y receptores comparten igual acceso al poder de la comunicación.

En su artículo titulado *Farewell to NWICO?* (*¿Adiós al NOMIC?*), Sparks y Roach (1990) sostenían que «no es en las altas esferas donde se forjará el nuevo orden sino en los pequeños experimentos en los que obreros y campesinos intentan descubrir nuevas maneras de comunicar entre sí sus ideas y experiencias». En la misma línea, Mattelart y Mattelart (1992) hacían un llamado a «la dimensión local en oposición al centralismo, lo común y corriente en oposición a lo sensacional, y la experiencia en oposición a las ideas». Antonio Pasquali (1992) abogaba por «acciones modestas como parte de un plan coherente, y adoptar una estrategia de de un gran salto para evitar una lucha frontal en oposición a la estrategia defensiva de teorías faraónicas e inviables».

Incluso en la Mesa Redonda de la comisión MacBride, llevada a cabo en Praga en septiembre de 1990, se concluyó:

> «[…] el debate alrededor del Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación (NOMIC) ha regresado entonces a su punto de partida. Ahora está en la palestra de las organizaciones profesionales, de los investigadores de la comunicación y, más importante aún, de los movimientos populares que representan a los hombres, mujeres y niños del común que son afectados directamente por nuestros actuales entornos culturales y comunicacionales» (citado en Roncagliolo 1992).

Bruck y Raboy (1989) propusieron un enfoque frente al debate sobre el NOMIC al formular una serie de preguntas muy necesarias acerca de la alternatividad de los medios alternativos:

> «[Los medios alternativos] nos obligan a formular serias preguntas políticas, como las siguientes: ¿Quién debe controlarlos: colectividades autónomas? Si es así, ¿ante quién deben éstas responder? ¿Organizaciones políticas? Si es así, ¿cómo pueden evitar ser simples instrumentos propagandísticos? El problema del control de los medios es generalmente un microcosmos del problema de la democracia en la vida social, y plantea los mismos interrogantes. ¿Deben los medios alternativos reproducir el modelo comunicacional de emisor-receptor de los medios masivos, o deben ser medios de comunicación bidireccionales? ¿Y cómo han de sostenerse? Estas preguntas no han sido resueltas todavía, y son rara vez formuladas por los activistas de los medios alternativos».

Además de lo anterior, dado que el poder avasallador de las TNCC se percibe como una fuerza que afecta a todas las sociedades y culturas, se cree que las organizaciones de base y sus medios alternativos desempeñan un papel importante no solo en los países pobres sino también en todas las regiones del mundo, incluyendo las sociedades posindustrializadas (Lewis 1984, Stangelaar 1983). En las sociedades más adineradas de Norteamérica y Europa Occidental, los medios alternativos fueron vistos como un movimiento para defender una calidad de vida asediada por la expansión transnacional del capitalismo. Asuntos tales como la carrera armamentista, la guerra nuclear, el control estatal de la vida diaria y el uso creativo del tiempo libre construyeron «una plataforma común en la cual individuos de muchos

grupos sociales se pregunta(ba)n si la vida no podía vivirse de otra manera, allende el orden establecido por el mercado y las leyes de costo-beneficio» (Reyes Matta 1986).

Dentro de este nuevo marco, los medios alternativos fueron concebidos como el nuevo campo de batalla desde el cual surgiría el nuevo orden de la comunicación. Al igual que a los expertos en comunicación y a los activistas, nos inspiraba una visión, un nuevo panorama mediático en el que los medios alternativos tendrían un poder hegemónico. En 1986 Reyes Matta declaró: «[…] Por lo tanto, la espiral alternativa genera una dinámica de progreso y avance hacia un momento en el que los movimientos sociales y populares que hoy están en desventaja tendrán la hegemonía».

Está claro que el debate alrededor de los medios alternativos implicaba una reubicación de la discusión sobre la democratización de la comunicación: un desplazamiento desde las organizaciones internacionales, los gobiernos nacionales y los grandes emporios de medios hacia los grupos ciudadanos y las organizaciones de base y sus esfuerzos por usar los medios a su manera, propia y distinta. Pero la reubicación de esta discusión debe ir más allá de la simple reacomodación de los mismos viejos conceptos a una escala local. La nueva orientación debe implicar el hallazgo de un nuevo marco conceptual que pueda captar cómo *ocurre* en efecto la comunicación democrática dentro de los medios alternativos. Y aunque el debate ha cambiado de rumbo, creo que nuestra concepción teórica de la democratización de la comunicación sigue atrapada en una visión de la política y la democracia arraigada en «las grandes narrativas de la emancipación» (Kellner 1995) y en conceptos esencialistas de poder, ciudadanía y acción política.

Teorías de medios alternativos

La literatura académica sobre medios alternativos de comunicación incluye dos tipos de trabajos: el primero, estudios descriptivos que explican detalladamente un caso de medios alternativos, desde su origen hasta sus fuentes de financiación y tipos de programación.

El segundo tipo de trabajos desarrolla un análisis teórico que intenta captar la esencia de los medios alternativos y/o explicar su importancia como procesos de comunicación y democracia. Es este segundo tipo de trabajo el que abordo aquí.

Enmarcada en las ideas del NOMIC —como se explicó anteriormente—, mucha de la literatura académica sobre medios alternativos emana de conceptos específicos de poder y democracia (Esteinou Madrid 1986; Fox y Schmucler 1982; Kaplún 1986; Reyes Matta 1983, 1986; Simpson Grinberg 1981a, 1986). El poder se concibe como una oposición binaria entre poderosos y subordinados. En esta concepción binaria de lo que es el poder, los sujetos sociales se ubican históricamente en uno u otro lado de la dicotomía. Así pues, se ha concebido históricamente que las empresas de medios masivos se ubican en el campo de los poderosos, mientras que los grupos indígenas, las minorías étnicas, los pueblos del Tercer Mundo y otros grupos de personas corrientes están en el campo de los indefensos o impotentes. En otras palabras, se piensa que un sujeto histórico (una gran corporación de medios o una organización popular) es poderoso o subordinado; una vez que el sujeto se ha ubicado en uno de estos campos, el elemento correspondiente de la ecuación se convierte en su característica innata; es decir, ser poderoso o subordinado se convierte en rasgo esencial de la naturaleza del sujeto (en consecuencia, las grandes empresas de medios se vuelven esencialmente poderosas mientras que las organizaciones de base se vuelven esencialmente impotentes).

Al encasillar sus análisis en este tipo de categorías, muchos académicos estudian los medios alternativos en términos de su éxito o su fracaso para equilibrar la ecuación de poder entre TNCC y comunidades subordinadas. En este escenario de lucha de David

contra Goliat, con frecuencia se considera que los medios alternativos son un fracaso (Portales 1983). En este orden de ideas, Pradip Thomas (1997) sostiene que las iniciativas de medios alternativos atraviesan por «una crisis severa de credibilidad»; Geoffrey Reeves (1993) señala que una de las características sobresalientes de estos medios es su vulnerabilidad. En su tono claramente escéptico y con base en su estudio de medios alternativos franceses y belgas, Mattelart y Piemme (1980a, 1980b) declaran al vídeo alternativo una ilusión fallida: «Contrario a esos tarados que todavía creían que el socialismo era Unión Soviética más electricidad, [los activistas de los vídeos comunitarios] soñaron con una explosión similar a la de Babel en la que el grito de protesta popular, transmitido por las nuevas tecnologías, actuaría para constatar la distribución lingüística desigual al interior de la sociedad y, en consecuencia, su sistema de poder. La esperanza era noble; su único defecto era que estaba impregnada de mito».

Dorothy Kidd (1998) ha señalado cómo incluso los economistas políticos de los medios (Vincent Mosco, Herbert Schiller, Ben Bagdikian) han relegado los medios alternativos a una mera nota a pie de página, siempre limitados al final de su «narración lúgubre y negativa de la verdad». Igualmente, en un interesante estudio acerca de diversos discursos sobre la televisión de acceso público (televisión de la comunidad) en los Estados Unidos, Robert Devine (1995) ha mostrado cómo los expertos de la comunicación[6] han marginado la televisión comunitaria calificándola de novatada, de intento ilusorio e ineficiente para democratizar los medios. Su crítica, escribe Devine, se basa en la expectativa de que los medios alternativos deben tener el mismo potencial democratizador que los medios masivos, en cuanto a circular entre amplios públicos ideas empacadas de manera profesional; al ir en contra de esta norma, claro, los medios alternativos están siempre condenados al fracaso.

Varios autores señalan la dificultad de imponerle un rótulo —medios alternativos— a experiencias de comunicación muy diversas que en algunos casos tienen poco en común (Paiva 1983, Portales 1983). Por ejemplo, Alfredo Paiva confiesa: «Tuvimos que aceptar que lo que nosotros llamamos comunicación alternativa es un conjunto heterogéneo de prácticas mediáticas desarrolladas por grupos y organizaciones muy diversas, en contextos específicos y diferentes, en las que se emplean una gran variedad de medios». Al examinar la heterogeneidad de los experimentos con medios agrupados bajo la categoría de alternativos, autores como Paiva apenas mencionan la complejidad de este fenómeno comunicativo y cómo esta complejidad difícilmente cabe en sus categorías binarias. Para un caso particular, Paiva observa que en América Latina los medios alternativos son desarrollados por grupos sociales muy variados, tales como grupos de mujeres, minorías étnicas, asociaciones de vecinos, etc. Sin embargo, su hipótesis de un concepto de poder como oposición binaria le obliga a pasar por alto el rico potencial de tal diversidad y a articularlo como una limitación. Análisis similares de medios alternativos, desarrollados con este marco conceptual binario, frecuentemente acusaban a estos medios de "dispersos" o "fragmentados" (Paiva, Portales). Es más, se veían como un espacio político promisorio sólo en la medida en que lograran superar su fragmentación. El potencial de los medios alternativos sólo se reconocía si la serie de experiencias con diversos medios de pequeña escala lograba constituirse en un proyecto unificado de cambio social a nivel nacional (Paiva, Portales, Schulein y Robina 1983). Siguiendo esta línea de pensamiento, Paiva declaraba que el objetivo último de los medios alternativos es «la construcción de una nueva hegemonía», y Portales decía que «los medios alternativos son significativos sólo frente a un proceso global de democratización». Igualmente, después de estudiar veintidós proyectos de comunicación participativa en América Latina, O'Sullivan-Ryan y Kaplún (1978) concluyeron que «[los medios alternativos] no tienen un impacto real en el sistema de comunicación nacional dominante».

Confrontados con semejante heterogeneidad, los estudiosos de la comunicación definieron los medios

alternativos en términos de lo que no son en lugar de definirlos por lo que son. Esta estrategia analítica encasilló estos análisis en razonamientos de oposición y categorías binarias. En consecuencia, dentro de la academia latinoamericana experta en comunicación, por ejemplo, los medios alternativos fueron concebidos como "los otros medios" por oposición a los grandes medios masivos de comunicación convencionales (Paiva); otro rótulo frecuentemente usado es "medios marginales" como opuestos a, de nuevo, medios masivos "centrales" (Portales); o "medios de confrontación" como opuestos a medios masivos de complacencia (Reyes Matta 1982).

Aunque la gran mayoría de los análisis académicos de medios alternativos se ha enmarcado en las categorías binarias explicadas anteriormente, se han hecho unos pocos intentos por trascender esta comprensión restrictiva.

Enterrada bajo un rígido marco marxista ortodoxo yace la observación de Simpson Grinberg (1986) sobre el enorme potencial de los medios alternativos para romper el orden social establecido y tejer nuevos procesos sociales: «La comunicación alternativa construye espacios para nuevas relaciones sociales; más específicamente, establece prácticas constitutivas en una amplia variedad de procesos que con frecuencia —debido a sus características "heterodoxas"— quedan por fuera de los límites de toda percepción y teoría ortodoxa de vanguardia». Aunque Simpson Grinberg menciona aquí las limitaciones de lo que él llama «teoría de vanguardia» (queriendo decir con ello un análisis fundamentado en los conceptos marxistas de lucha de clases e ideología), su propia exploración de los medios alternativos continúa atrapada en esas mismas categorías.

En un esfuerzo por liberar a los medios alternativos del esquema David versus Goliat, Mario Kaplún señala que su objetivo real no es resolver el problema de desequilibrio en el flujo global de información, sino fortalecer la organización y movilización popular. Citando a María Cristina Mata, Kaplún (1983) llega a afirmar que lo que le da sentido a los medios alternativos es en realidad «externo a los temas de la comunicación». En ese mismo orden de ideas, Ana María Nethol (1983) hace referencia al gran potencial de la comunicación alternativa para transformar al ser humano. Sin embargo, las voces de Kaplún y Nethol fueron marginadas en su momento por una articulación aplastante del debate en términos de medios pequeños versus grandes medios.

Una excepción interesante al tipo de análisis de medios alternativos basado en categorías binarias es el trabajo de John Downing (1984) titulado *Radical Media*. A partir del anarquismo feminista de Emma Goldman y el feminismo marxista de Sheila Rowbotham, Downing esboza cuatro principios orientadores para repensar la democracia de los medios de comunicación. Éstos son: primero, la necesidad de reconocer la opresión como una realidad heterogénea y fragmentada; segundo, la necesidad de establecer vínculos laterales entre movimientos fragmentados en contra de la(s) opresión(es); tercero, la necesidad de visualizar la lucha contra la opresión en términos de movimientos y no de instituciones; y, cuarto, la necesidad de pensar la liberación como un proceso cotidiano que altera las realidades inmediatas. Los principios uno y tres son particularmente profundos porque pretenden apartarse del concepto de opresión como realidad estática de esencia inmutable. Mientras que el principio número uno sugiere que, como fenómeno social, la opresión carece de continuidad, el principio tres evoca la idea de la resistencia como movimiento, un fenómeno que fluye, que escapa a nuestros esfuerzos por atraparlo en un sujeto social específico (una clase, una minoría étnica, un género, etc.). El análisis de Downing nos recuerda la urgencia de revisar y rescatar el anarquismo feminista como un posible aporte al desarrollo de exploraciones contemporáneas de los problemas del poder.

La segunda edición de *Radical Media* (2001) hace una propuesta teórica aún más estimulante. En ella, Downing integra una amplia gama de conceptos y

teorías prometedoras en una rica paleta teórica. Yendo más allá del anarquismo, Downing reúne escuelas de pensamiento tan diversas como las teorías sobre industrias culturales y cultura popular (Horkheimer y Adorno, Martin Barbero), los estudios de audiencias (Janice Radaway, John Fiske), las teorías de hegemonía y resistencia (Antonio Gramsci, James C. Scott), los análisis de clase marxistas, las teorías de los movimientos sociales (Alain Touraine), la teoría de la conscientización de Paulo Freire, las ideas de Mikhail Bakhtin sobre los discursos cotidianos, las teorías de comunicación y democracia (Raymond Williams, James Carey y Michael Schudson, entre otros), la exploración de los medios interactivos de Walter Benjamin y Bertold Brecht y las vanguardias dadaísta y surrealista. El resultado es una poderosa "caja de herramientas" conceptual puesta a disposición de los académicos y activistas de los medios, en un esfuerzo por explorar y entender los medios alternativos.

Otro esfuerzo importante por liberar el estudio de los medios alternativos de las categorías esencialistas binarias es el análisis crítico que hacen Robert Huesca y Brenda Dervin (1994, 1997) de la literatura latinoamericana sobre medios alternativos. En su estudio de 1994, estos autores identifican los principales dualismos que prevalecen en los estudios latinoamericanos de comunicación alternativa. Descubren que categorías tales como comunicación vertical versus comunicación horizontal, comunicación para la dominación versus comunicación para la liberación, y comunicación como información versus comunicación como diálogo[7] hacen que esta literatura caiga en la trampa de un legado de dualismos que «ha producido confusión teórica y posibilidades alternativas truncadas». Continuando con los estudios en comunicación de América Latina, Huesca y Dervin encuentran unos pocos principios convincentes para liberar el estudio de la comunicación alternativa de los dualismos rígidos; ideas particularmente nuevas, como "las culturas híbridas" de García Canclini, "el mestizaje" de Jesús Martin Barbero y "la cultura popular", parecen señalar un camino teórico prometedor. Sin embargo, Huesca y Dervin (1994) concluyen que «no existe ninguna teoría sobre prácticas alternativas como tal»; es decir, aunque los principios orientadores están allí, nadie los ha usado de manera sistemática para desarrollar una teoría distinta sobre la comunicación alternativa.

En un trabajo más reciente, Dervin y Huesca (1997) proponen un nuevo movimiento paradigmático para estudiar la comunicación participativa. Bautizado con el nombre *verbing* (también conocido como "hacedor de sentido") esta nueva propuesta epistemológica y ontológica se fundamenta en la idea de que el universo habita algún lugar intermedio entre el orden y el caos. En otras palabras, nuestra realidad, nuestro conocer esa realidad y nosotros mismos, todos surgimos de la interacción continua entre el orden y el caos. Al asumir que el paradigma *verbing* implica una nueva comprensión de la realidad como algo en permanente construcción, nunca terminado, se deduce que nuestra comprensión de dicha realidad también está en continua creación. En consecuencia, ninguna teoría ni concepto es definitivo; por el contrario, debemos involucrarnos en un diálogo de saberes. Más aún, si reconocemos que una persona existe en la coyuntura entre el orden y el caos, podríamos empezar a entender «que a veces somos inconscientes, a veces descentrados, a veces desordenados; que estamos en un estado de movimiento constante entre el orden y el caos; que es una verdadera lucha tanto estar en fila (es decir, ajustarnos al medio, a la cultura, a la sociedad), como estar fuera de ella (i. e. resistir y desafiar nuestro ambiente, nuestra cultura, nuestra sociedad)» (Dervin y Huesca 1997).

A partir de algunos datos etnográficos suministrados por reporteros de emisoras alternativas en Bolivia, Huesca (1996; 1995b) muestra cómo la acción comunicativa alternativa se mueve constantemente entre el orden y el caos. Huesca (1996) describe cómo, en su capacitación de campesinos bolivianos, los líderes de una radio alternativa actúan guiados por la intuición y por un profundo compromiso con los entornos sociales y culturales de los aprendices. En otras palabras, dejando de lado «posiciones aisladas o predeterminadas», el capacitador diseña las sesiones de entrenamiento según cada situación específica, permitiendo que sus nociones preconcebidas (orden) se reformulen una y otra vez (caos). Adicionalmente, al entrevistar a algunos productores de las radio mineras, Huesca (1995b) descubre una forma de comunicación basada en la fluidez y la contingencia de la realidad y el cambio social, y parte de las ideas tradicionales de secuencia, causalidad y continuidad. Dicho modo de comunicación es «motivado por el sentido, el momento y la relación», en un movimiento que obliga a los radialistas a buscar fuentes múltiples, a aterrizar el contenido en la vida diaria y a anclar su práctica comunicacional en un profundo compromiso con la comunidad, en lugar de en su saber-hacer profesional.

El potencial de las propuestas teóricas de Downing, Dervin y Huesca es incuestionable. A continuación describo mi propio esfuerzo por romper los límites del pensamiento binario. Aunque intento permanecer en diálogo con las propuestas teóricas anteriormente mencionadas, oriento esta exploración en una dirección distinta, guiada por la propuesta conceptual de democracia radical.

¿Qué pasaría si cambiáramos el ángulo desde el cual miramos la comunicación alternativa? ¿Qué surgiría a partir de un concepto diferente del poder? ¿Qué sucedería si partiéramos de una noción diferente de qué es el poder, cómo funciona, cómo nos afecta y qué conlleva? Creo que como consecuencia de nuestro encasillamiento en una noción binaria de poder, perdemos de vista la ruptura de las múltiples corrientes de relaciones de poder en la vida cotidiana de quienes participan en iniciativas de comunicación alternativa. Si enfocáramos nuestra mirada en las comunidades que desarrollan medios alternativos, podríamos ver la miríada de ecuaciones de poder que involucran a todos y a cualquier individuo de la comunidad; podríamos también apreciar cómo estas ecuaciones no son estáticas sino permanentemente cambiantes, es decir, cómo las relaciones de poder se reconstituyen constantemente. Podríamos reconocer además que el poder no existe como esencia fija, ni siquiera a nivel individual. Dentro de una comunidad, los hombres y las mujeres no ocupan una posición de poder fija. Por el contrario, sus identidades se desplazan de manera permanente a lo largo de un continuo; a veces somos más poderosos, otras veces nos volvemos más vulnerables. El acceso al poder cambia continuamente a medida que las personas se mueven por los distintos escenarios de la vida cotidiana. En otras palabras, el poder es activado por todas y cada una de las relaciones en las que participamos. Cada una de nuestras identidades cotidianas entra en un juego de relaciones de poder con las múltiples identidades de otros; en algunos casos, las identidades entran en conflicto. Es a partir de estos movimientos cotidianos donde emerge el poder, más como una fuerza que como una esencia. Es en el ámbito de lo cotidiano donde vemos el choque entre lo rural y lo urbano, entre hombres y mujeres, entre adultos y jóvenes, entre lo local y lo global. Sin embargo, nuestra concepción de productores de medios alternativos como agentes políticos homogéneos ha nublado nuestra capacidad de apreciar estas dinámicas de poder.

En su exploración de los temas de poder y democracia, dos politólogas feministas, Chantal Mouffe (1992c; 1992b; 1992a; 1988; también Laclau y Mouffe 1985) y Kristie McKlure (1992), ofrecen una perspectiva revolucionaria para pensar los procesos de cambio social. Su teoría de la democracia radical indaga nuevas maneras de comprender cómo se genera el poder, quién lo genera y cómo los procesos de constitución y reconstitución del poder afectan los procesos democráticos. En las páginas siguientes me propongo presentar las ideas más relevantes de estas autoras a la luz de mi búsqueda de una nueva manera de teorizar los medios alternativos.

El poder estalla; el nuevo sujeto político emerge

Al cuestionar, desde una perspectiva feminista, el concepto de sujeto político como entidad unificada

y homogénea, Mouffe (1988) lo concibe como poseedor de "identidades" heterogéneas y múltiples. En el caso de las relaciones que involucran subordinación social, por ejemplo, el mismo individuo puede ser dominante en una relación y subordinado en otra. Mouffe (1992c) señala: «Podemos entonces concebir al agente social como constituido por un conjunto de "posiciones del sujeto" que nunca pueden ser totalmente fijas en medio de un sistema cerrado de diferencias, construido por una diversidad de discursos entre los cuales no hay necesariamente una relación, sino antes bien un movimiento constante de sobredeterminación y desplazamiento».

Desde este nuevo enfoque, Mouffe (1988) sostiene que los sujetos sociales pueden ser vistos como subjetividades «suturadas, usando el término de Lacan, en la intersección de varios discursos». Más aún, la teoría de democracia radical de Mouffe no considera que el sujeto social esté constituido por una esencia sino por su ubicación histórica: «Nos enfrentamos al surgimiento de una pluralidad de sujetos cuyas formas de constitución y diversidad *sólo es posible pensar si renunciamos a la categoría de "sujeto" como esencia unificada y unificante*» (Laclau y Mouffe 1985; el énfasis es mío). En otras palabras, el hecho de que un ser humano pertenezca a un grupo históricamente oprimido (i.e. una comunidad indígena en una sociedad dominada por blancos) no lo hace parte de un "grupo de interés" específico con necesidades y exigencias particulares. Por el contrario, cada sujeto social experimenta "ser indígena" de una manera diferente según otras dimensiones sociales, como su género, clase social, edad, etc. Como sujetos políticos, surgimos de todo esto; estamos ubicados en posiciones de poder diferenciadas, pero no estamos fijos en estas posiciones; son históricas, lo que significa que nuestra ubicación en un continuo de poder se puede alterar desde adentro o desde afuera. McClure (1992) explica:

> «Las subjetividades están socialmente ubicadas, son temporalmente específicas y están potencialmente divididas en una serie de otras diferencias relacionales. Y allí donde los sujetos sociales están constituidos de manera compleja no sólo por categorías de género, sino también de raza, etnia, clase y quizás también de religión y nacionalidad, se puede construir simultánea y contradictoriamente una posición de privilegio dentro del marco de una posición de opresión».

Mouffe afirma que esta nueva comprensión del sujeto social como encuentro caleidoscópico de identidades y "porciones de poder" diferenciadas es condición necesaria para entender la riqueza de las luchas políticas cotidianas. Al aplicar este concepto a los medios alternativos, la riqueza de experimentar la reapropiación de la comunicación mediada se aprecia en todo su esplendor [...] Los medios alternativos funcionan como espacios comunicativos que favorecen la fermentación de identidades y posiciones de poder. En otras palabras, los medios alternativos tejen procesos transformativos que alteran el sentido que tienen las personas de sí mismas, sus posicionamientos subjetivos y, por consiguiente, su acceso al poder.

De medios alternativos a medios ciudadanos

El concepto de subjetividades múltiples sirve de base para la reformulación del concepto de ciudadano que hace Mouffe (1992b). El concepto democrático radical de ciudadanía «implica verla no como un estatus legal sino como una forma de identificación, un tipo de identidad política: algo que debe ser construido, no empíricamente dado». Así pues, Mouffe propone reinventar la definición del concepto de ciudadanía donde los ciudadanos no nacen como tales; la ciudadanía no es un estado concedido a partir de una característica *esencial*. Los ciudadanos deben construir su ciudadanía en el día a día, a través de su participación en las prácticas políticas cotidianas: «El ciudadano no es, como en el liberalismo, el receptor pasivo de unos derechos y deberes específicos».

Definida en términos activos, de proceso, la ciudadanía tiene que ver con el empoderamiento. En la medida en que los ciudadanos participan activamente en acciones que redefinen sus propias identidades, las identidades de otros y su entorno social, generan poder. Sheldon Wolin (1992) hace un aporte a la propuesta teórica de la democracia radical al explicar el concepto de poder como condición para la ciudadanía, que es mucho más que el simple hecho de aceptar unos deberes y exigir unos derechos: «[Ciudadanía] tiene que ver con la capacidad de generar poder, pues esta es la única manera como se establecen las cosas en el mundo. Tiene que ver también con la capacidad de compartir el poder, de cooperar en él, pues es así como se sostienen las instituciones y las prácticas».

Wolin resalta la importancia del empoderamiento y los lugares donde éste y la ciudadanía ocurren:

> «Un sujeto político no se debe definir del mismo modo que se ha venido definiendo al ciudadano, es decir, como el poseedor abstracto y desconectado de derechos, privilegios e inmunidades, sino como una persona cuya existencia se ubica en un lugar particular y cuyo sustento se deriva de relaciones bien circunscritas: la familia, los amigos, la iglesia, el barrio, el lugar de trabajo, la comunidad, el pueblo, la ciudad. Estas relaciones son las fuentes de las que los seres políticos derivan su poder —simbólico, material y psicológico— y que les permiten actuar conjuntamente. Pues el verdadero poder político implica no sólo actuar de manera que se realicen cambios decisivos; también significa la capacidad de recibir poder, de ser objeto de la acción, de cambiar y ser cambiado. Desde una perspectiva democrática, el poder no es simplemente fuerza que se genera; es experiencia, sensibilidad, sabiduría, incluso la melancolía que podemos llegar a destilar de las diversas relaciones y círculos en los que nos movemos».

La teoría de la democracia radical también reformula la manera en que se representa el poder y se expresa la ciudadanía. Rompiendo con la comprensión moderna de ciudadanía expresada mediante el voto y la protesta, la teoría de la democracia radical propone el concepto de sujeto político como aquel que expresa su ciudadanía en múltiples formas que incluyen, por ejemplo, la transformación colectiva de códigos simbólicos, de identidades legitimadas históricamente y de relaciones sociales establecidas de manera tradicional (Wolin).[8]

A la luz de esta nueva definición teórica de ciudadanía, propongo abandonar el término "medios alternativos" y acuñar uno nuevo: "medios ciudadanos". Debido a que el nombre "medios alternativos" hace suponer que estos medios de comunicación son alternativos a algo, esta definición nos atrapa fácilmente en el pensamiento binario: medios dominantes y sus alternativas, es decir, medios de comunicación alternativos. Además, el rótulo "medios alternativos" predetermina el tipo de pensamiento de confrontación que limita el potencial de estos medios de comunicación a su capacidad de resistir el poder alienante de los medios dominantes. Este enfoque nubla nuestra comprensión de cualquier otro tipo de procesos de cambio y transformación generada por tales medios.

Por contraste, hablar de "medios ciudadanos" implica: primero, que una colectividad *asume el rol* de su ciudadanía al intervenir y transformar activamente el panorama mediático ya establecido; segundo, que estos medios desafían los códigos sociales, las identidades legitimadas y las relaciones sociales institucionalizadas; y, tercero, que estas prácticas comunicacionales le confieren poder a la comunidad involucrada, en la medida en que estas transformaciones y cambios son posibles.

Mouffe (1988) explica la importancia de desafiar los códigos sociales, las identidades y las relaciones sociales —es decir, lo "simbólico"— al explorar la naturaleza multifacética de la opresión. Una comunidad puede ser oprimida no sólo mediante la explotación de su fuerza laboral, sino también a través de la imposición de sistemas simbólicos. Por lo tanto, las luchas democráticas deben ser entendidas como

procesos de cambio que también incluyen prácticas de disentimiento en el campo de lo simbólico:

> «Algunos nuevos tipos de lucha deben verse como resistencias a la uniformidad creciente de la vida social, uniformidad que es resultado del tipo de cultura de masas impuesta por los medios de comunicación. Esta imposición de un estilo de vida homogeneizado, de un patrón cultural uniforme, está siendo desafiada por diferentes grupos que reafirman su derecho a la diferencia, su especificidad, ya sea a través de la exaltación de su identidad regional o su especificidad en el campo de la moda, la música o el idioma».

Según la propuesta de Mouffe de una democracia radical, estas prácticas y estrategias de resistencia constituyen la política de lo cotidiano. En el marco de la democracia radical, los espacios para la acción política se amplían y multiplican; se pasa de la acción política de un grupo de interés que se opone al Estado a una acción política en las esferas de la familia, la calle, el lugar de trabajo o la iglesia, a partir de relaciones económicas, de género o étnicas (McClure). Dicho de otro modo, la democracia radical de Mouffe y McClure amplía la esfera de lo político, que pasa de ser un conjunto de «exigencias jurídicas al estado» (McClure) a una «política cotidiana que amplía el campo de la reacción política al ejercicio diario de prácticas sociales y la reiteración rutinaria de representaciones culturales». La línea divisoria entre lo público/político y lo privado/no político es tenue. En la política cotidiana cada dimensión de la vida diaria se vuelve un espacio potencial para la acción social contestataria.

Más aún, la naturaleza de la acción política se extiende para dar cabida no sólo a la exigencia de unos derechos y una calidad de vida, sino también a la definición misma de lo que es culturalmente inteligible. Es decir, la transformación de los códigos culturales y los discursos sociales legitimados se convierte en un objetivo de la acción política. Teniendo en cuenta lo anterior, la alteración —a través de las prácticas de la vida cotidiana— de las ideas legitimadas socialmente sobre la identidad de un grupo se entiende como una acción política (McClure). La deconstrucción permanente de identidades subordinadas se vuelve una tarea importante de la acción democrática. Para resumir, los códigos culturales se han convertido en «objetivos de la lucha política» (McClure).

Estos conceptos brindan una perspectiva teórica apropiada para captar los movimientos sutiles, a veces apenas perceptibles (pero no por eso menos importantes o serios), en que se unen los individuos y sus diferentes posiciones de poder cuando participan en experiencias de medios ciudadanos. El poder se da en el ámbito de lo cotidiano; lo que hace fascinante a los medios ciudadanos es cómo irrumpen en las relaciones de poder como si se tratara de movimientos caleidoscópicos que se desvanecen poco después de que surgen, como movimientos de una danza hacia el empoderamiento.

La metáfora del pantano

Concebir a los protagonistas de los medios ciudadanos como actores políticos unificados, homogéneos, con agendas claras y racionales, nos ha llevado a ver a muchos de estos medios como caóticos y políticamente débiles. ¿La razón? Nuestra visión de cómo se construye la democracia surge de concebir las acciones políticas y los movimientos sociales como procesos lineales, y continuos, encaminados hacia una meta común. En consecuencia, los medios ciudadanos, con su naturaleza a menudo fragmentada e improvisada, se descartan por no tener suficiente potencial político para contribuir de manera significativa a la construcción de la democracia. De hecho, estos medios a veces tienen ciclos de vida tan cortos que aparecen y desaparecen, dejando lo que a primera vista parece ninguna huella, ningún logro, ningún éxito. Estudiamos los medios ciudadanos buscando siempre una línea recta que parte del punto A (estado de no democracia) y se dirige al punto B (democracia). Pero lo que encontramos es una multiplicidad de pequeñas fuerzas que salen a la superficie y explotan como burbujas en un pantano. Pero del mismo modo que estas burbujas son una señal clara de que el pantano está vivo, debemos aproximarnos a la comunicación democrática como a una criatura viva que se contrae y se expande a su propio ritmo vital, ritmo que a menudo tiene muy poco que ver con los procesos lineales, pre-planeados y racionales que alimentan nuestras preguntas académicas. Esto quiere decir que en lugar de pensar la democracia como un fin último, como un estado final de cosas por alcanzar, debemos observar cómo las fuerzas democráticas y no democráticas se renegocian constantemente y cómo los medios ciudadanos pueden fortalecer la democracia, contribuyendo así al crecimiento —aunque a veces efímero— de lo democrático.

Inspirada en la teoría de democracia radical de Mouffe, Kristie McClure reconsidera una nueva posibilidad de definir la acción política en términos que expliquen este movimiento permanente de negociación y renegociación del poder. Confrontando nuestra obsesión por aferrarnos a la teoría de construcción de democracia como un proyecto unificado y lineal, McClure nos desafía a abandonar estas nociones prefabricadas y a aprender a concebir la acción política como una *demanda* o *exigencia* histórica. Una demanda tiene una ubicación en el tiempo y el espacio.[9] Es pertinente sólo en un contexto histórico determinado y para un tema específico, y no puede transferirse a un contexto distinto. Sólo perdura mientras las fuerzas dominantes permanezcan inamovibles. A medida que la situación cambie, la exigencia cambiará también. A diferencia de la "plataforma" o el "proyecto social", la "demanda" no es estática; fluye constantemente, siguiendo los movimientos de un sujeto social cambiante. Entender las acciones políticas como exigencias históricas, dice McClure, no implica la negación de su potencial político; por el contrario, marca la apertura de una nueva política:

> «Por lo tanto, negar la singularidad del estado nacional como espacio y como objeto de lucha política no es eviscerar el potencial de una política transformadora, sino resistirse a su recuperación en los mecanismos reduccionistas y unificadores del liberalismo de grupos de interés. A este respecto, se sugiere la posibilidad de una política que nace no con el propósito de construir similitudes para exigir unos derechos al Estado, *sino que se abre con el objeto de dirigir esa demanda unos contra otros, quienquiera y dondequiera que ese "otro" pueda ser o estar*» (el énfasis es mío).

McClure reconoce que politizar este sujeto social multifacético, que toma forma en la vida cotidiana como identidades, códigos y relaciones sociales que se renegocian una y otra vez, nos hace desembocar en una noción efímera de lo político: «Es aquí, entonces, donde la posibilidad de resistencia directa politiza aún más a estos sujetos postmodernos, reconociendo su importancia en dichas reconfiguraciones contingentes, sin importar cuán locales o transitorias puedan ser».

Es nuestra responsabilidad, como intelectuales que pretenden teorizar la construcción de la democracia, asumir la textura real de las negociaciones cotidianas del poder, su consistencia fluida que escapa a las trampas de nuestros conceptos ineficaces, esencialistas y estáticos. La aparente pobre calidad de la acción política no debe llevarnos a un "agujero negro" de pesimismo político; por el contrario, debe convencernos de la necesidad de crear nuevos caminos conceptuales que permitan aprehender esta política en su fluidez.

Sobre esta base, nuestras investigaciones sobre medios ciudadanos usando teorías y conceptos que esperan que las luchas de poder y la democratización de la comunicación[10] tengan una consistencia sólida perderán de vista sistemáticamente el potencial político de estos experimentos mediáticos. Puesto que es improbable que la textura de la acción política se transforme, lo que debe cambiar es nuestra perspectiva como estudiosos de la comunicación y como activistas que pretenden entender los medios ciudadanos.

Notas

1 Según el Informe MacBride, mientras Europa produce un promedio de 12.000.000 nuevos títulos por año, las naciones africanas producen menos de 350 (Hamelink 1995, 296); el flujo de datos por teléfono, telex y telégrafo entre los países del Tercer Mundo es menos del 10% del total mundial; el flujo de noticias de los países del Primer Mundo a los del Tercero es 100 veces mayor que el flujo de noticias en la dirección contraria; mientras Europa transmite 855 horas de programación de televisión a África, solo 70 horas de televisión africana llegan a los países europeos (Hamelink 1995).

2 Sin embargo, esto no era cierto en todos los casos. En Latinoamérica, por ejemplo, Argentina y México tenían industrias cinematográficas muy fuertes. Las películas realizadas en estos dos países eran exportadas y vistas en muchos otros países de la región.

3 En 1976, Amadou Mahtar M'Bow, Director de la UNESCO, nombró una comisión de dieciséis expertos cuya tarea era analizar los problemas de comunicación a nivel mundial. Presidida por Sean MacBride, la comisión recolectó información durante dos años (1977-1979). El informe final de la comisión, que dibuja un escenario impactante en términos de desigualdad de la información entre los países del Primer y Tercer Mundo, se conoce como el Informe MacBride.

4 Para conocer la historia detallada del NOMIC, véase Hamelink 1997b; para bibliografía sobre el NOMIC, Roach 1990.

5 El "Cartel de las Comunicaciones" está conformado por los siguientes gigantes de la comunicación a nivel mundial: AOL/Time Warner (Estados Unidos), Disney (Estados Unidos), Bertelsmann (Alemania), Viacom (Estados Unidos), News Corporation (Australia), Sony (Japón), AT&T (Estados Unidos), General Electric (Estados Unidos) y Vivendi (Hamelink 1997a).

6 El estudio de Devine (1995) incluye las críticas a los medios alternativos hechas por los siguientes expertos: Janine Marchessault, Pat Aufderheide, David Trend, David Sholle, Andrew Blau, Laurie Oullette, Nicholas Garnham y Patricia Mellencamp.

7 Estos autores relacionan los trabajos de expertos en comunicación particulares con cada uno de estos tres dualismos; por lo tanto, las ideas de Luis Ramiro Beltrán, Paulo Freire, Elizabeth Fox, Jesús Martin Barbero y Fernando Reyes Matta reflejan el dualismo vertical/horizontal; los trabajos de Máximo Simpson Grinberg, Fernando Reyes Matta, J. Martínez Terrero, Alan O'Connor y Alfredo Paiva están asociados con la categoría dominación/liberación; y, el trabajo de Antonio Pasquali, Mario Kaplún y Oswaldo Capriles se ve como un desarrollo de la dicotomía información/diálogo (Huesca y Dervin 1994).

8 Con base en una investigación etnográfica exhaustiva realizada en la comunidad de enfermos de SIDA en Vancouver, Michael P. Brown (1997) explora cómo la teoría de democracia radical de Mouffe, al igual que su concepto de ciudadanía, se pueden aplicar a las políticas de movimientos en torno al VIH-SIDA. Su análisis muestra claramente que prácticas como el "hermanazgo" (en la que un voluntario actúa como hermano o compañero de una persona con SIDA para ofrecerle apoyo físico y emocional) deben entenderse como acciones cotidianas de resistencia, como prácticas políticas ejecutadas y representadas por los ciudadanos. Creo que la teoría de Brown de lo emocional como algo político es una de las ideas más interesantes de su estudio. Los estudios en los que se aplica la teoría democrática radical a esfuerzos cotidianos para darle nueva forma a nuestra vida y entorno, constituyen una fuente prolífica de nuevas maneras de pensar el cambio social.

9 Aunque en un contexto diferente, Tony Bennet (1992) ha articulado de manera inteligente el concepto de demanda.

10 De ninguna manera estoy sugiriendo que la lucha por una comunicación más democrática deje por fuera a los grandes medios. De hecho, creo que los esfuerzos de los académicos y activistas por una comunicación más democrática se deben encaminar en varios frentes, tales como la investigación en torno a la economía política de las industrias culturales, la deconstrucción de los textos mediáticos, el activismo de organizaciones de públicos y consumidores, los proyectos de alfabetismo mediático, la regulación de los medios, las políticas nacionales de comunicación y el apoyo a los medios ciudadanos.

Bibliografía citada

Bagdikian, Ben H. (1997). *The Media Monopoly*. Boston, Beacon Press.

Bennet, Tony (1992). "Putting Policy into Cultural Studies" en Grossberg, Lawrence; Nelson, Cary y Treichler, Paula (eds.) *Cultural Studies*. London, Rutledge.

Brown, Michael P. (1997). *RePlacing Citizenship. AIDS Activism and Radical Democracy*. New York and London, The Guilford Press.

Bruck, Peter A. and Raboy, Marc (1989). "The Challenge of Democratic Communication" en Bruck, Peter A. y Raboy, Marc (eds.) *Communication For and Against Democracy*. Montreal & New York, Black Rose Books.

Capriles, Oswaldo (1981). "Venezuela: Política de comunicación o comunicación alternativa" en Simpson Grinberg, Máximo (ed.) *Comunicación Alternativa y Cambio Social: América Latina*. México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Dervin, Brenda y Huesca, Robert (1997). "Reaching for the Communicating in Participatory Communication. A Meta-theoretical Analysis" en *The Journal of International Communication*, 4, 2.

Devine, Robert H. (1995). "Discourses on Access: The marginalization of a medium". Ponencia presentada en la 81 Convención Anual de la Speech Communication Association. San Antonio, Texas.

Downing, John D. H. (1984). *Radical Media: The Political Experience of Alternative Communication*. Boston, Massachusetts, South End Press.

Downing, John D. H.; Ford, Tamara V.; Gil, G. y Stein, Laura (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. London, Sage.

Esteinou Madrid, Javier (1986). "La utopía de la comunicación alternativa en el aparato dominante de la cultura de masas" en Simpson Grinberg, Máximo (ed.) *Comunicación Alternativa y Cambio Social: América Latina*. México, Premià Editora.

Ferron, Benjamin (2006). "Les médias alternatifs: 'Contre-culture' ou 'sous-culture'? Les luttes de (dé-) légitimation de la communication contestataire à travers l'étude de publications académiques et militantes". Trabajo no publicado.

Fox, Elizabeth y Schmucler, Héctor (1982). *Comunicación y Democracia en América Latina*. Lima, Perú, DESCO.

Frederick, Howard H. (1993). *Global Communication and International Relations*. Belmont, California, Wadsworth Publishing Company.

Hamelink, Cees J. (1995). "Information Inbalance Across the Globe" en Downing, John; Mohammadi, Ali y Sreberny-Mohammadi, Annabelle (eds.) *Questioning the Media: A Critical Introduction*. Thousand Oaks, Sage.

Hamelink, Cees J. (1997a). "International Communication: Global Market and Morality" en Mohammadi, Ali (ed.) *International Communication and Globalization: A Critical Introduction*. Thousand Oaks, Sage.

Hamelink, Cees J. (1997b). "MacBride with Hindsight" en Golding, Peter y Harris, Phil (eds.) *Beyond Cultural Imperialism. Globalization, Communication and the New International Order*. Thousand Oaks, Sage.

Hamelink, Cees J. (1995). "Information Inbalance Across the Globe" en Downing, John; Mohammadi, Ali y Sreberny-Mohammadi, Annabelle (eds.) *Questioning the Media: A Critical Introduction*. Thousand Oaks, Sage.

Huesca, Robert (1995). "Subject-authored Theories of Media Practice: The Case of Bolivian Tin Miners' Radio" en *Communication Studies*, 46, Fall/Winter.

Huesca, Robert (1996). "Participation for development in radio: An ethnography of the *Reporteros populares* of Bolivia" en *Gazette*, 57, 1.

Huesca, Robert y Dervin, Brenda (1994). "Theory and Practice in Latin American Alternative Communication Research" en *Journal of Communication*, 44, 4.

Kaplún, Mario (1986). "Uruguay: Participación, Praxis, Problema. La Experiencia del Casete-Foro" en Simpson Grinberg, Máximo (ed.) *Comunicación Alternativa y Cambio Social: América Latina*. México, Premià Editora.

Kaplún, Mario (1983). "La comunicación popular. ¿Alternativa válida?" en *Chasqui*, 7.

Kellner, Douglas (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics between the Modern and the Postmodern*. London, Routledge.

Kidd, Dorothy (1998). "Talking the Walk: the Media Enclosures and the Communications Commons". Disertación. Simon Fraser University.

Laclau, Ernesto and Mouffe, Chantal (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London, Verso.

Lewis, Peter M. (1984). "Community Radio: The Montreal Conference and After" en *Media, Culture and Society*, 6.

Mattelart, Armand (1983). *Transnationals and the Third World*. Massachusetts, Bergin & Garvey Publishers, Inc.

Mattelart, Armand (1977). *Multinacionales y sistemas de comunicación. Los aparatos ideológicos del imperialismo*. México, Siglo XXI.

Mattelart, Armand (1974). *Las transnacionales y la comunicación de masas*. Quito, Editorial Universitaria.

La comunicación empoderadora

Extracto del *Ampliando las fronteras del desarrollo: de la comunicación participativa a la comunicación empoderadora*

Paolo Mefalopulos

La comunicación empoderadora es un nuevo concepto que enfatiza específicamente el tema del "poder" en aquellos enfoques más proclives a promover el rol de los ciudadanos, como en el caso de los enfoques participativos. El poder de las palabras es fundamental para mantener y fortalecer otros tipos de poder y dominación, que frecuentemente son el resultado de la construcción de realidades hegemónicas. En el marco de un contexto participativo, la comunicación puede ayudar al desarrollo social, promoviendo y adoptando modelos que requieren un diálogo genuino, como expresión de colaboración entre todos los participantes, y un intercambio auténtico de conocimientos, como manifestación de un aprendizaje recíproco y una toma de decisiones grupal. Sin embargo, la comunicación cimentada en las mejores intenciones no constituye una vía *per se* para lograr el empoderamiento ciudadano, a no ser que un nuevo paradigma ofrezca una opción factible para rechazar o negar una imposición externa en cualquier comunidad o grupo de ciudadanos. Un nuevo modelo debe superar el legado de la creencia del positivismo en las ciencias, el cual justifica y reconoce la superioridad de sólo una perspectiva sobre otras en el campo social.

Este nuevo paradigma debe incorporar unas nociones básicas del constructivismo que vayan más allá del dilema sobre la existencia de una realidad única y verificable. Estas nociones deben reconocer que la construcción social de la realidad puede ser definida e interpretada de diversas maneras y todas igualmente válidas por diversos grupos de actores sociales. Esta afirmación puede llevar a discutir algunos temas controversiales relacionados con el relativismo cultural, los cuales han sido debatidos ampliamente. Sin embargo, para simplificar la controversia, podría señalarse que el caso más admisible para aceptar una intervención externa sería aquel en el que se evidencien violaciones a la Convención de Derechos Humanos adoptada por las Naciones Unidas.

La comunicación empoderadora procura avanzar hacia otra etapa del desarrollo que permita a los ciudadanos más pobres tomar el control de las decisiones que afectan su propia vida. Estos ciudadanos han sido tratados generalmente como receptores pasivos, o parcialmente activos, de intervenciones decididas únicamente por los responsables de las políticas de desarrollo. Aunque se circunscribe a los límites del actual paradigma, la comunicación empoderadora aboga por la demolición de dicho paradigma, basándose en la genuina aplicación de los valores democráticos. Estos valores deberían considerar el respeto por los derechos universales de los seres humanos, sin tener en cuenta otros factores como nacionalidad, religión y estado socioeconómico, proporcionando así un ambiente constructivo para la adopción de enfoques participativos.

La comunicación participativa es un concepto y una práctica con gran potencial cuando se plantea en un sistema que permite procesos y reformas auténticamente democráticos. El desarrollo de las capacidades y oportunidades de los ciudadanos para determinar su propio destino es un ideal compartido y respaldado por todos, incluidos los responsables de la toma de decisiones en los niveles más altos. Sin embargo, la mayor parte de las personas alrededor del mundo no cuentan con esta opción. ¿Por qué? Tratar de contestar esta pregunta no es fácil [...]. Por lo tanto, presento esta inquietud como un reto para los lectores y procuro simplemente generar una reflexión más profunda. La comunicación participativa y, aún más, la comunicación empoderadora no se refieren únicamente al proceso de toma de decisiones en el contexto del desarrollo. Ambas afectan cada aspecto del ámbito social, económico y político de la cotidianidad de los ciudadanos.

Mefalopulos, Paolo (2002). Extracto de "Pushing the development boundaries a step further: from Participatory to Empowerment Communication". Ponencia presentada a la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS). Barcelona, julio. Reproducción autorizada por el autor.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle (1992). "On the New Uses of Media in Time of Crisis" en Raboy, Marc y Dagenais, Bernard (eds.) *Media, Crisis, and Democracy*. London and Newbury Park, Sage.

Mattelart, Armand y Piemme, Jean-Marie (1980a). "New Means of Communication: New Questions for the Left" en *Media, Culture and Society*, 2, 4.

Mattelart, Armand y Piemme, Jean-Marie (1980b). *Télévision: Enjeux sans Frontières*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

McClure, Kristie (1992). "On the Subject of Rights: Pluralism, Plurality and Political Identity" en Mouffe, Chantal (ed.) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community*. London, Verso.

Mohammadi, Ali (1997). "Communication and the Globalization Process in the Developing World" en Mohammadi, Ali (ed.) *International Communication and Globalization: A Critical Introduction*. Thousand Oaks, Sage.

Mouffe, Chantal (1992a). "Preface: Democratic Politics Today" en Mouffe, Chantal (ed.) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community*. London, Verso.

Mouffe, Chantal (1992b). "Democratic Citizenship and the Political Community" en Mouffe, Chantal (ed.) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community*. London, Verso.

Mouffe, Chantal (1992c). "Feminism, Citizenship and Radical Democratic Politics" en Buttler, Judith y Scott, Joan W. (eds.) *Feminists Theorize the Political*. New York, Routledge.

Mouffe, Chantal (1988). "Hegemony and New Political Subjects: Towards a New Conception of Democracy" en Grossberg, Lawrence y Nelson, Cary (eds.) *Marxism and the Interpretation of Culture*. Urbana and Chicago, University of Illinois Press.

Nethol, Ana María (1983). "El papel de la comunicación y los procesos populares" en *Comunicación y Cultura*, 9.

O'Sullivan-Ryan, Jeremiah y Kaplún, Mario (1978). "Communication Methods to promote Grass-roots Participation. A Summary of Research Findings from Latin America, and an Annotated Bibliography". Documents on Communication and Society, 6. Paris, UNESCO.

Paiva, Alfredo (1983). "La comunicación alternativa: sus campos de influencia, sus limitaciones y sus perspectivas de desarrollo" en Reyes Matta, Fernando (ed.) *Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas*. Mexico, Fundación Friedrich Ebert e Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).

Pasquali, Antonio (1992). "Shifting the Debate: From the Academic World to the Real World" en *Media Development*, 39, 2.

Portales, Diego C. (1983). "El movimiento popular y las comunicaciones: reflexiones a partir de la experiencia chilena" en Reyes Matta, Fernando (ed.) *Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas*. Mexico, Fundación Friedrich Ebert e Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).

Portales, Diego C. (1981). "Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina" en Simpson Grinberg, Máximo (ed.) *Comunicación Alternativa y Cambio Social: América Latina*. México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Reeves, Geoffrey (1993). *Communication and the Third World*. London and New York, Routledge.

Reyes Matta, Fernando (1986). "Alternative Communication: Solidarity and Development in the Face of Transnational Expansion" en Atwood, Rita y McAnany, Emile G. (eds.) *Communication and Latin American Society: Trends in Critical Research, 1960-1985*. Madison, The University of Wisconsin Press.

Reyes Matta, Fernando (1983). *Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas*. México, Fundación Friedrich Ebert e Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).

Reyes Matta, Fernando (1982). "La comunicación alternativa como respuesta democrática" en Fox, Elizabeth y Schmucler, Héctor. *Comunicación y Democracia en América Latina*. Lima, Perú, DESCO.

Reyes Matta, Fernando (1981). "La comunicación transnacional y la respuesta alternativa" en Simpson Grinberg, Máximo (ed.) *Comunicación Alternativa y Cambio Social: América Latina*. México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Roach, Colleen (1990). "The Movement for a New World Information and Communication Order: A Second Wave" en *Media, Culture and Society*, 12.

Roncagliolo, Rafael (1992). "Cultura transnacional y culturas populares en las telecomunicaciones". Ponencia presentada en el Seminario Universidad, Telecomunicaciones y Sociedad. México, UNAM, marzo.

Servaes, Jan (1992). "Toward a New Perspective for Communication and Development" en Casmir, Fred L. (ed.) *Communication in Development*. Norwood, New Jersey, Ablex.

Simpson Grinberg, Máximo (ed.) (1986). "Trends in Alternative Communication Research in Latin America" en Atwood, Rita y McAnany, Emile G. (eds.) *Communication and Latin American Society: Trends in Critical Research, 1960-1985*. Madison, The University of Wisconsin Press.

Simpson Grinberg, Máximo (1981a). "Comunicación alternativa: Dimensiones, límites, posibilidades" en Simpson Grinberg, Máximo (ed.) *Comunicación Alternativa y Cambio Social: América Latina*. México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Simpson Grinberg, Máximo (ed.) (1981b). *Comunicación Alternativa y Cambio Social: América Latina*. México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Sparks, Colin y Roach, Colleen (1990). "Farewell to NWICO?" en *Media, Culture and Society*, 12 (3).

Stangelaar, Fred (1983). "Comunicación alternativa y video-cassette: Perspectivas en América Latina" en Reyes Matta, Fernando (ed.) *Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas*. México, Fundación Friedrich Ebert e Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).

Thomas, Pradip N. (1997). "An Inclusive NWICO: Cultural Resistance and Popular Resistance" en Golding, Peter y Harris, Phil (eds.) *Beyond Cultural Imperialism. Globalization, Communication, and the New International Order*. Thousand Oaks, Sage.

UNESCO (1980). *Many Voices, One World*. Report by the International Commission for the Study of Communication Problems. Paris.

Wolin, Sheldon (1992). "What Revolutionary Action Means Today" en Mouffe, Chantal (ed.) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community*. London, Verso.

Rodríguez, Clemencia (2001). En *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media*. Creskill, New Jersey, Hampton Press. Reproducción autorizada por la autora.

Traducción del inglés al español: Emma Cristina Montaña R.

Extracto de
Comunicación para el cambio social

J. Manuel Calvelo Ríos

La teoría de la comunicación debe ser adecuada a los procesos de producción de mensajes para el desarrollo.

Por desgracia, en las más de trescientas escuelas universitarias de comunicación con que cuenta Latinoamérica, el modelo que se propone como teoría de la comunicación es el de:

Emisor – Medio – Receptor

Elaborado durante la segunda guerra mundial, servía para dar órdenes a los pilotos de los aviones de bombardeo e incluyó un sistema de realimentación para asegurar que el piloto había entendido las órdenes al repetírselas al emisor. Es un modelo de dominante a dominado, del que da órdenes al que las obedece, del que tiene poder al que carece de él. Modelo apropiado a una de las estructuras más verticales y autoritarias que han creado las sociedades, los ejércitos. Es sabido que es más fácil militarizar a un civil que civilizar a un militar, con todas las excepciones que sirven para confirmar la regla. Sin embargo, durante la posguerra, el modelo fue adoptado sin cambios por los medios masivos, que insisten en legitimarse autodenominándose de comunicación. Son, en el mejor de los casos, medios de información, en general actúan como medios de manipulación.

Alguien dijo que no hay nada más práctico que una buena teoría y cuando comenzamos a operar en el área de comunicación para el desarrollo rural, utilizamos la que estaba disponible. Y fracasamos una y otra vez. Comenzamos a investigar operativamente y llegamos a la conclusión de que para que un mensaje sea realmente de comunicación era imprescindible satisfacer ciertas condiciones.

Así,

a) los instrumentos,
b) los contenidos,
c) los códigos de los mensajes,
d) el nivel de tratamiento de los contenidos,
e) el orden de exposición del mensaje, y
f) el momento de intercambio de los mensajes,

debían ser establecidos, acordados, negociados, o definidos en función de los destinatarios de los mensajes producidos y de algunas de sus características.

Pero entonces el receptor pasivo dejaba de serlo, comenzaba a participar en el proceso de producción y uso de los mensajes. Ello nos llevó a formular un modelo de comunicación para el desarrollo, es decir, comunicación eficiente para mejorar las condiciones de los sujetos, mediante el aporte del capital intangible "saber" y la recuperación de sus valores culturales. El modelo es:

Interlocutor – Medio – Interlocutor

Afirmamos que hay comunicación si, y solo si, los mensajes que intercambian los interlocutores son el producto de un trabajo conjunto coordinado por el comunicador para el desarrollo.

Encontramos muy pronto que el modelo, o los intentos de aproximarse al mismo, generan mensajes de elevado nivel de eficiencia, tanto financiera como pedagógica o comunicativa. Encontramos, también, que el modelo reubica al comunicador: pasa de acompañar al emisor a situarse entre los dos universos de interlocutores, los especializados, o decidores políticos o científicos, y los interlocutores masivos, o sujetos de desarrollo.

Desde luego los instrumentos dependerán de las características del interlocutor masivo y como algunas de ellas son la pasividad, el analfabetismo y el bilingüismo, optamos por instrumentos que facilitaran respuestas a estas condiciones: instrumentos multimediales. Partimos de algo que nos dijo el interlocutor masivo: si lo oigo, me olvido; si lo veo, me acuerdo; si lo hago, lo aprendo. Por lo que incorporamos los trabajos prácticos a los procesos de enseñanza destinados a facilitar el aprendizaje, sumándolos a los instrumentos gráfico-literarios y a los audiovisuales. Y para la información, dados los avances producidos en las dos últimas décadas en el desarrollo de las redes, probamos el uso de internet.

Lo que nos lleva a otro problema, el de los comunicadores para el desarrollo. El profesional que se gradúa en una universidad está preparado, en el mejor de los casos, para producir mensajes con contenidos de tipo afectivo, de autoexpresión o manipuladores. Bellos, con sus propios criterios de lo que es belleza, pero sin los elementos clave de la estética pedagógica: la claridad y el orden.

Las universidades no se proponen formar profesionales en condiciones de manejar contenidos y producir mensajes de tipo cognitivo y menos aún destinados a procesos de desarrollo, y mucho menos a procesos de desarrollo rural. Por ello sus graduados producen mensajes "bonitos", "atractivos", "ágiles", parecidos a los publicitarios, con contenidos afectivos, pero no se los forma para producir mensajes simplemente claros, inteligibles y útiles para el destinatario, con contenidos cognitivos. De ahí que en todas las oportunidades en que se nos pidió hacer comunicación para el desarrollo, la primera actividad que tuvimos que realizar consistió en formar los comunicadores que se necesitaban.

Es frecuente oír hablar de nuevas tecnologías educativas y referirse a la llamada "televisión educativa",

expresión en la cual televisión es el (y lo) sustantivo y el adjetivo que lo matiza o califica es educativa. Preferimos hablar de pedagogía audiovisual, para que lo sustantivo sea el proceso pedagógico y lo audiovisual el instrumento adecuado y eficiente para el proceso educativo. Nuestra opción, en todo tipo de selección de instrumentos, es la de "priorizar las neuronas sobre los electrones".

En el campo de la información aparece un problema similar. Los informáticos manejan, en general con soltura, señales entre máquinas, pero no signos entre conciencias. Debido a ello los mensajes que transmiten entre sus máquinas tiene bajos niveles de inteligibilidad, de códigos, de orden, de tratamiento audiovisual y de sistemas de búsqueda adaptados a los usuarios. Es natural, son informáticos y no han sido preparados en comunicación; menos aún en comunicación para el desarrollo.

Calvelo Ríos, Manuel (2003). Comunicación para el Cambio Social. Santiago, FAO Oficina Regional para América Latina y El Caribe. Reproducción autorizada por el autor.

Extracto de

¿Es el "empoderamiento" la respuesta? Teoría e investigación actual sobre la comunicación para el desarrollo

Robert A. White

La investigación actual sobre la comunicación para el desarrollo tiende a enfatizar, correctamente diría yo, que el empoderamiento significa la afirmación de la dignidad y el valor de la identidad personal y la reevaluación de la cultura local. También significa la reevaluación de las instituciones culturales que tenemos a nuestro alrededor para dar más reconocimiento a nuestro capital cultural personal y considerarlo más valioso. Esta reevaluación también es importante para que el precio de cambiar las relaciones de poder no sea el de renunciar a la identidad personal. Bajo la premisa de que se valoran todas las identidades culturales que contribuyen a la justicia y a la comunidad, el mundo necesita una gran variedad de identidades culturales.

El concepto de empoderamiento, como se ha desarrollado hasta ahora, es en el mejor de los casos incompleto y posiblemente peligroso si no se orienta de forma más clara hacia la responsabilidad social y el servicio en la sociedad. El empoderamiento necesita ubicarse explícitamente en un marco más amplio de parámetros de equidad social y humana acordados colectivamente. La historia de la teoría del desarrollo

está llena de paradigmas —tal como la modernización— que han resultado en el empoderamiento de un grupo de intereses al punto de excluir a otros grupos. De esa manera, las fuertes alianzas estatales y populares del paradigma de la modernización claramente favorecían a los empresarios económicos y técnicos como los "motores" del desarrollo, excluyendo a los sectores urbanos y rurales de menor estatus.

Un marco de referencia de responsabilidad pública que goza de gran aceptación cultural y política es el lenguaje de los derechos humanos y colectivos. Los derechos humanos son construcciones hechas a partir de una formulación, que se pueden debatir, elaborar más y adaptar a distintos contextos culturales. Los derechos humanos también tienen una larga historia de fundamentación moral y legal. El fuerte debate continuo sobre los fundamentos de los derechos humanos es un indicador de que éstos son símbolos culturales que diferentes grupos sociales pueden interpretar de maneras algo distintas.

Los tratados de derechos humanos más importantes, empezando con la Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU de 1948, incluida la serie de convenciones sobre derechos humanos de la ONU hasta la fecha, han progresado sostenidamente hacia una definición clara de los derechos humanos y el apoyo de los gobiernos nacionales (Linden 1998). Cada vez más, los abusos de poder de los gobiernos se critican en función de los acuerdos de derechos humanos firmados por los Estados. Esto proporciona algún tipo de marco de referencia común para las políticas de relaciones internacionales, el desarrollo nacional y la defensa de los movimientos de grupos minoritarios. De muchas maneras, los derechos humanos han resultado ser un mejor marco de referencia para las políticas que el lenguaje de los "Nuevos Órdenes Mundiales" que resultó demasiado vago y binario para la percepción actual de la política mundial.

La mayor parte de la teoría de la comunicación y del desarrollo nace del punto de vista de los organismos gubernamentales o las ONG, que emprenden una intervención para ayudar a grupos menos poderosos. Si uno se adentra en la situación de vida de los pobres rurales y urbanos hay, por supuesto, una cuestión de respeto por la identidad, pero sus vidas son una larga y desesperada búsqueda de trabajo o de asegurar la producción y comercialización de productos, enviar a sus hijos a la escuela, encontrar viviendas adecuadas, obtener atención médica apropiada y el dinero para pagarla, y satisfacer una gama de otras necesidades. Para obtener estos recursos, la gente establece alianzas con organismos que disponen de recursos, tales como el gobierno o las ONG que brindan tales servicios. Tener el apoyo de una red familiar o una red clientelista de amigos políticos es sumamente importante. En zonas rurales o grandes zonas urbanas marginales, los servicios adecuados simplemente no están disponibles o están sobrecargados con pedidos que no pueden atender. Estos sistemas clientelistas sobreviven mediante la concesión de favores individuales. Siguen existiendo en virtud de una estructura jerárquica del poder. No existe el derecho universal a la educación o a la salud. Todo depende de los contactos y el acceso al control "privado" de los recursos.

Los movimientos para cambiar este sistema buscan, en cambio, la afirmación de una serie de derechos universales. En otras palabras, estos movimientos intentan cambiar el sentido del poder, de ser una respuesta clientelista para ayudar a un amigo a ser un servicio para los ciudadanos. También significa reorganizar todo el sistema de servicios, de uno en que el pueblo depende de organismos paternalistas del gobierno a uno en el que el pueblo tiene acceso a los servicios porque es un derecho que les asiste. Entre estos derechos están el derecho a la información y el derecho de comunicar. Los nuevos movimientos buscan afirmar esta cultura de derechos humanos universales, por lo menos dentro del movimiento, y evitar ser inscritos nuevamente en la cultura del poder y del clientelismo.

Es en este punto donde uno puede preguntarse si el "empoderamiento" y el "poder" son, por sí mismos,

base suficiente para las políticas y para la teoría de la comunicación y el desarrollo. A lo mejor lo más importante es la cultura del servicio, la cultura del diálogo y la comunidad, y la cultura de los derechos humanos (Hamelink, 1994). Una estrategia de empoderamiento necesita, tal vez, ser ubicada dentro de un marco más amplio de derechos humanos universales. Con demasiada frecuencia, cuando los movimientos logran el empoderamiento que buscaban, sienten que han alcanzado su meta. Han redefinido su propia identidad y gozan de amplia aceptación. La lógica del empoderamiento no les da un sentido de urgencia en términos de usar su poder para servir a otros en una situación similar. Por el contrario, la lógica de un discurso de derechos humanos u otro discurso universalista afirma que ningún derecho está asegurado a menos que sea universalmente respetado e implementado. Cuando uno examina el historial de las respuestas a la necesidad de los servicios que demanda el pueblo, generalmente se ha creado una estructura organizacional que asegura que estos servicios se brinden y que los que los brindan se responsabilicen ante el público. Necesitamos un tipo de investigación que haga un seguimiento del historial de las intervenciones, movimientos y organizaciones populares para ver cómo se han sostenido las reformas a largo plazo. El empoderamiento puede ser la respuesta cuando se trata de una respuesta inmediata a una situación, pero tenemos que ver cómo ha funcionado esta estrategia a largo plazo. Debemos ver si es que estamos llegando al respeto universal por los derechos humanos en toda la sociedad.

Bibliografía citada

Hamelink, Cees (1994). *The Politics of World Communication*. London, Sage Publications.

Linden, Ank (1998). *Communication Policies and Human Rights in Third World Countries*. Amsterdam, University of Amsterdam.

White, Robert A. (2004). "Is 'Empowerment' the Answer? Current Theory and Research on Development Communication" en *Gazette*, Vol. 66, Nº 1. Reproducción autorizada por Sage Publications Ltd.

Comunicación en movimiento

Osvaldo León, Sally Burch, Eduardo Tamayo

Movimientos y comunicaciones en red

La comunicación, por su naturaleza, es dinámica, está en movimiento. Los movimientos sociales, por su parte, son comunicación viva, hacia dentro y hacia fuera, que históricamente han abierto los cauces y se han afirmado como actores clave para profundizar la democracia. Esta sintonía evidente se ha diluido como el agua entre las manos, en parte por errores —o limitaciones— que han primado en los movimientos en el momento de

- Una mayor valorización de la comunicación se traduce en cambios organizativos internos, por lo tanto ésta es introducida en los programas y en el quehacer cotidiano.
- Las TIC aceleran los ritmos de trabajo y abren nuevas opciones de difusión, pero exigen también nuevas destrezas y conocimientos.
- Las TIC amplían la posibilidad de articular redes nacionales e internacionales.
- Internet facilita la búsqueda y acceso a otras fuentes, bases de datos y circuitos de información.
- Las TIC demandan nuevas exigencias de tiempo y recursos humanos: la formación de dirigentes y personal técnico se vuelve una necesidad.

- Para multiplicar su capacidad comunicacional, varias organizaciones impulsan la formación de redes nacionales de comunicación y de reporteros locales.
- Algunas organizaciones se preocupan por formar y profesionalizar cuadros en comunicación.
- Varias organizaciones han asignado recursos para renovar y ampliar su base tecnológica.
- El grado de equipamiento técnico y la asignación de las computadoras a las áreas de trabajo inciden en la eficacia para manejar la información.
- El software libre comienza a ser visto como una opción válida y viable.
- La incorporación de las TIC a una organización no es proceso lineal y progresivo, incluso se dan retrocesos momentáneos.
- Ciertas organizaciones tratan de superar las limitaciones de infraestructura de sus oficinas y buscan otras alternativas como el uso de los cibercafés.

encarar el tema comunicación y, sobre todo, porque al interponerse en ella un complejo tecnológico crecientemente sofisticado, bajo parámetros cada vez más oligopólicos, el desequilibro a favor de las instancias de poder se torna mayor. Todo parece indicar, sin embargo, que el tema de la comunicación está dejando de ser una tarea pendiente para las organizaciones sociales. Como es conocido, éstas se quedaron atrapadas en la era "Gutenberg" cuando, desde mediados del siglo pasado, la radio y, sobre todo, la televisión —en tanto medios masivos que se institucionalizaron como "industrias culturales"— pasaron a redefinir el escenario, afirmando su centralidad en la configuración de la vida pública. Con este descompás llegó el "divorcio" y el consiguiente desentendimiento, que con el tiempo cedió lugar a esa posición ambigua de condena y fascinación que ha marcado el accionar de tales organizaciones ante el mundo mediático. Esta ambigüedad, empero, está dejando el paso a definiciones, ante la evidencia del peso cada vez mayor de las comunicaciones en el mundo contemporáneo, que en las circunstancias actuales se expresa como soporte principal de la fuerza con que se ha impuesto la hegemonía ideológica neoliberal —el llamado "pensamiento único"—, pero también por las posibilidades de respuesta que ofrece internet. Todo esto, en el marco de una dinámica que ha empujado hacia reformulaciones organizativas internas y externas en sintonía con procesos articuladores y vertebradores de movimientos sociales.

En declaraciones al periódico mexicano *La Jornada* (19/09/04), Noam Chomsky precisamente sostenía que «el uso de internet, además de facilitar y agilizar la comunicación dentro de los movimientos sociales y entre ellos, se presta para restar el control de los medios establecidos. Esos son dos de los nuevos factores más importantes que han surgido en los últimos 20 años». La relación de los movimientos sociales con esta nueva tecnología no solo se debe a su costo relativamente bajo sino, ante todo, a su configuración y funcionamiento. Con el internet —basado técnicamente en una red que interconecta mundialmente a diferentes redes de computadoras, por lo que también ha pasado a ser reconocida como la "Red"—, se ha establecido un

- La comunicación está estrechamente ligada a las necesidades y procesos organizativos, es un ingrediente clave de la vida democrática interna.
- El uso positivo de las TIC por parte de las coordinaciones internacionales ha motivado a varios de sus integrantes a replicar la experiencia en el ámbito interno.
- El uso creciente de las nuevas tecnologías para la comunicación interna permite dinamizar y agilizar los intercambios informativos y comunicacionales.

medio de alcance global que no solo permite recibir y enviar datos, imágenes y sonidos, en cualquier momento y en tiempo real o diferido, sino que además facilita una interrelación de much@s a much@s que redunda en implicaciones organizativas. En otras palabras, esta capacidad de interacción, propia de internet, permite a la vez acceder y diseminar mensajes alrededor del mundo, contornando los medios establecidos, como también establecer niveles de coordinación y aglutinaciones por encima de la distancia geográfica.

Si bien, el internet nace como proyecto en el complejo militar-industrial de Estados Unidos, su concreción y posterior impulso y desarrollo tienen lugar en medios académicos y ciudadanos que le impregnan el carácter de foro abierto y descentralizado, de intercambios y colaboraciones, y sin dueños. Se trata, pues, de una tecnología que se desarrolla y perfecciona gracias al sentido de colaboración que se establece entre sus usuarios, cuya expresión más visible precisamente es el *software* libre. Como anotan Castells y otros (2004): «Es indiscutible la importancia que ha tenido el *software* libre en la extensión y desarrollo de internet

- Cada vez más organizaciones buscan fomentar los flujos informativos internos para enriquecerse y fortalecerse.
- Con las TIC se mejora la gestión interna y se dinamizan las campañas que emprenden las organizaciones.
- El acceso autónomo a internet de departamentos, sectores o federaciones les facilita abrir y mantener sus propias relaciones externas.
- Las radios, las asambleas y las reuniones son los mecanismos más frecuentes para comunicarse con las bases.
- Los telecentros pueden convertirse en una opción viable para impulsar la comunicación multimedia.

- Cuando la computadora se conecta a la internet mundial, se transforman los flujos de información internos y externos.
- Los flujos informativos más ágiles crean nuevas dinámicas en las redes y coordinaciones sociales.
- Una participación más activa en las coordinaciones internacionales repercute positivamente en las organizaciones.
- Las nuevas dinámicas influyen en los mecanismos de trabajo y en las formas de acumulación de conocimientos de las organizaciones sociales.
- Los dirigentes se ven motivados a invertir más tiempo en procesar información y dar seguimiento a las relaciones internacionales.
- Cuando se propician formas de organización más horizontales y participativas se da mayor importancia a los flujos de información interna.

desde sus inicios, y la influencia mutua de estos dos ámbitos tecnológicos es un hecho contrastado». Aunque desde las esferas oficiales y empresariales se tiende a presentar internet como circunscrito a su soporte técnico (de ahí, por ejemplo, el énfasis y sobredimensionamiento que se otorgan al tema de la conectividad), el hecho es que su proyección se ha dado ante todo como un espacio de interacción social, en el que los movimientos sociales han puesto su impronta, y viceversa.

A finales del siglo pasado, en un contexto marcado por la desarticulación y dispersión organizativa —como secuela de la aplicación de programas neoliberales—, y a partir de conexiones establecidas en la Red, irrumpen iniciativas convergentes contestatarias a la globalización. Una de las primeras señales de esta sintonía se dio en el curso de 1998, cuando vía internet se articuló un movimiento ciudadano que logró frenar las negociaciones gu-

bernamentales en torno al Acuerdo Multilateral de Inversiones (AMI). Un año después, tuvo lugar la protesta masiva en la ciudad estadounidense de Seattle contra la Organización Mundial de Comercio (OMC), considerada como el bautizo del movimiento "alterglobalización", en la cual, igualmente, fue clave la Red.

Refiriéndose a este acontecimiento, la escritora canadiense Naomi Klein (2003) sostiene que Seattle ha sido escenario de la emergencia de un «modelo de organización militante que reproduce las vías orgánicas, descentralizadas, pero interconectadas, de internet, internet animado de una vida propia». De hecho, en su libro *No Logo* ya había llamado la atención sobre este particular al dedicar un capítulo para reseñar las campañas impulsadas por activistas sociales contra las transnacionales Nike, Shell y

- Frente a las organizaciones sociales, los medios de información, por lo general, recurren a estrategias de ocultación, revelación y deslegitimización.
- Mediante la ocultación, los medios ignoran lo que hace, dicen u opinan las organizaciones, el fenómeno es más acentuado en la TV.
- La revelación implica dar cuenta solo de aquellas noticias que contribuyen a desacreditar a las organizaciones.
- La estrategia de ciertos medios de deslegitimar a las organizaciones sociales busca dividirlas, aislarlas y restarles apoyo social.
- Los medios de información se han transformado en una especie de esfera pública negociada en donde prima la lógica del mercado y no una lógica social.
- Ciertos medios recurren a informaciones confidenciales, utilizan fuentes sin citarlas y exageran las debilidades y divisiones internas de las organizaciones.

- En las relaciones de las organizaciones con los medios están presentes concepciones y prácticas ambiguas de condena y fascinación, negociación y confrontación.
- Las organizaciones recurren a los medios argumentando que si bien son entidades privadas tienen finalidades y responsabilidades de carácter público.
- Ciertas organizaciones buscan establecer una relación de "fuerza social" con los medios, a fin de que estos últimos "corran hacia nosotros".
- "Ganarse la confianza" de los grandes medios se convierte en el objetivo central del accionar público de algunas organizaciones.
- Una opción para comunicarse con la sociedad es a través de los grandes eventos y movilizaciones sociales que no pueden ser ignorados por los medios.

McDonald's, por ser «las primeras que apelaron a la tecnología informática, un medio que desconcierta a sus adversarios». Allí señala: «la Red es más que un instrumento de organización; ha llegado a ser un modelo para esos propósitos, un manual para la adopción descentralizada pero cooperativa de decisiones. Facilita el proceso de difusión de la información hasta tal punto que muchos grupos pueden trabajar al unísono sin necesidad de alcanzar un consenso monolítico (lo que de todos modos es a menudo imposible, dada la naturaleza de las organizaciones políticas). Y siendo tan descentralizados, estos movimientos siguen intentando forjar vínculos con sus semejantes de todo el mundo, sorprendiéndose siempre de comprobar hasta dónde llegan sus pequeñas victorias, cuán profundamente se han reciclado y absorbido sus datos» (Klein, 2001).

Luego de Seattle, se multiplican las movilizaciones "altermundialistas", a lo largo y ancho del mundo, contra los organismos internacionales que regulan

la globalización en curso (BM, FMI, OMC, etc.), en las cuales, como constatan Donk y otros (2004) «las "nuevas estrategias mediáticas" y el "ciberactivismo" han jugado un rol dominante [...] Y cada vez más, parece que internet se está desarrollando como una nueva "plataforma estratégica" que ayuda a una variedad de movimientos a movilizar y a organizar la protesta». Asimismo, esta "plataforma" ha sido clave en la arquitectura y proyección del Foro Social Mundial (FSM) que emerge en enero de 2001, en Porto Alegre, Brasil, como polo alternativo al Foro Económico Mundial que anualmente reúne en Davos a las elites económicas y políticas que manejan las riendas del poder mundial. Es importante recordar que tras los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, al FSM le llegó un mensaje de defunción por parte del *Wall Street Journal*, que anunció en titulares: "¡Adiós, Porto Alegre!". Dos años después, una crónica en el *New York Times* reconocía que «existen dos superpotencias en el mundo: los Estados Unidos y la opinión pública mundial», tras las multitudinarias movilizaciones impulsadas a partir del FSM que se registraron en las calles del mundo entero, el 15 de febrero de 2003, en rechazo a la guerra que para entonces se alistaba contra Iraq. Una vez más, la Red fue el componente clave de esta acción. En este trayecto se ha profundizado esa relación novedosa, que De Wilde resume así: «Internet no se utiliza simplemente como un suplemento a los medios de comunicación tradicionales, ofrece también oportunidades nuevas, innovadoras para movilizar y organizar a la gente. Las nuevas tecnologías, obviamente, no determinan tales innovaciones; pero sí gravitan para estimularlas. Las ONG (movimientos sociales) son particularmente innovadoras en este campo: de ahí que no solo internet ayuda a tales organizaciones, sino que ellas también han sido muy importantes en la ampliación del desarrollo de internet».[1]

Se trata realmente de un hecho inédito, pues históricamente las clases subalternas tan solo han podido disponer de algún dispositivo de comunicación cuando tecnológicamente se había convertido en desecho o, al menos, en secundario. Ahora, las organizaciones sociales con su accionar han logrado establecer nuevas perspectivas en y desde la Red,[2] sin tener más que una trinchera.[3]

El discurso seductor

Este entronque con la Red, sin embargo, reclama un posicionamiento crítico frente a ella, tanto para reconocer y establecer sus limitaciones, como para desmontar el discurso seductor que se viene tejiendo en su nombre y ante el cual los movimientos sociales no son inmunes. En efecto, con el vertiginoso desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC), el discurso tecnologista —que ve en las innovaciones tecnológicas la causa primera del cambio social— recobró un nuevo impulso y, con más fuerza que en el pasado, se ha empeñado en difundir el conocido repertorio de promesas mesiánicas de felicidad, armonía universal y, en suma, redención de la humanidad que recurrentemente se ha repetido con cada objeto técnico de comunicación que llega al mercado. Aunque ninguna de las promesas se ha cumplido, la prédica no cesa, pues su propósito es capitali-

- Para alcanzar una comunicación democrática, las organizaciones se plantean desarrollar medios propios.
- Los medios propios posibilitan comunicarse con "voz propia" y ayudan a romper el silencio y el aislamiento.
- El periódico de las organizaciones trasciende el mero ámbito informativo o de relaciones públicas adquiriendo un valor histórico y simbólico.
- La radio permite llegar a públicos que no saben leer y a lugares apartados, es el medio más popular, relativamente barato y su propiedad está menos concentrada.

zar el deslumbramiento general que ha provocado internet —el icono de tales tecnologías—[4] para "vender" la globalización neoliberal.[5]

Este discurso promocional pretende atribuir a internet características propias como si fueran inherentes —transparencia, horizontalidad, interactividad, acceso ilimitado al conocimiento, etc.—, cuando no pasan de ser potencialidades (entre muchas otras), cuya realización efectiva está supeditada a los intereses, juegos de poder y contradicciones sociales que inciden en las formas que vertebran su desarrollo y usos.

Justamente para consagrar este cambio tecnológico como paradigma de la sociedad del futuro fue convocada por Naciones Unidas la *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI)* cuya primera fase se realizó del 10 al 12 de diciembre de 2003 y la segunda en Túnez, del 16 al 18 de noviembre de 2005. Todo estaba previsto para que este cónclave se desarrollara bajo un lenguaje de expertos —informáticos y financieros—, pero la sociedad civil organizada se encargó de poner sobre el tapete el tema de los derechos humanos, forzando a que se abriera la agenda y el consecuente debate. Aquí destaca el papel desempeñado por la Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información (CRIS, por su sigla en inglés), tanto como espacio aglutinador de redes y organizaciones cuanto como promotor y facilitador de planteamientos y propuestas orientadas a hacer avanzar la causa de la democratización de la comunicación, cuando de por medio predominan orientaciones y políticas adversas.

Notas

1 Citado por Donk y otros (2004).

2 El asunto se ha tornado tan serio que los poderes pretenden poner límites a este "libertinaje", con marcos reguladores penales, e incluso hablan de la *Netwar*, sobre todo tras el 11/S.

3 Se estima que los sitios considerados "alternativos" en la Red registran el 10% del total, pero tan sólo el 5% es detectado por los buscadores (Elizalde, R. 2003).

4 Internet es la cara pública de las NTIC. Al anverso de la medalla, en un misterio absoluto y fuera de todo control público, se encuentran, por ejemplo, las nuevas redes militares con sus sistemas de satélites, dispositivos bélicos y balísticos, etc.

5 Por ejemplo, para tan solo señalar un caso, tras los programas de "Internet para todos", se busca empujar otra agenda: la de la liberalización del mercado de telecomunicaciones.

Bibliografía citada

Burch, Sally; León, Osvaldo y Tamayo, Eduardo (2004). "Se cayó el sistema: enredos de la sociedad de información" en *ALAI, América Latina en movimiento*, julio.

Castells, Manuel (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura: la sociedad red.* México, Siglo XXI.

Castells, Manuel y otros (2004). "Declaración de Barcelona para el avance del *software* libre" en *ALAI, América Latina en movimiento*. http://alainet.org/active/show_text.php3?key=6196

Donk, Win van de y otros (2004). *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. London and New York, Routledge.

Ecuador Debate, Nº 49. Quito, CAAP, abril.

Elizalde, Rosa (2003). "Las redes alternativas: una telaraña a la izquierda de Dios" en www.cubasi.cu

Klein, Naomi (2003). *Journal d'une combattante: Nouvelles du front de la Mondialisation*. Montréal, Lemeac/Actes Sud.

Klein, Naomi (2001). *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona, Paidós S.A.

La Jornada (2004). México D. F., septiembre 19.

León, Osvaldo (2004). "Exclusión social y brecha digital". Ponencia presentada en las jornadas "Solidaridad en red: nuevas tecnologías, ciudadanía y cambio social". Hegoa, Vitoria-Gasteiz, 18-19 noviembre.

León, Osvaldo (2004a) "Comunicación: pasar de los medios a los fines". Documento preparatorio para la IV Confe-

rencia Internacional de Vía Campesina. Sao Paulo, Vía Campesina.

León, Osvaldo; Burch, Sally y Tàmayo, Eduardo (2001). "Movimientos sociales en la red" en *ALAI, América Latina en movimiento*, septiembre.

¿Quién mide el cambio?

Will Parks, Denise Gray-Felder, Jim Hunt y Ailish Byrne

Este texto es una introducción al enfoque del proceso de Monitoreo y Evaluación Participativa (MEP) que contribuye en la medición de los procesos de Comunicación para el Cambio Social (CCS). Se basa en la premisa de que los profesionales de la CCS deben facilitar la elaboración de las preguntas, mediciones y métodos de Monitoreo y Evaluación (MyE) *con* las personas más afectadas e involucradas, en lugar de aplicar *sobre* ellas, objetivos, técnicas e indicadores predeterminados para medir la CCS.

El propósito principal es apoyar las estrategias de comunicación basadas en los principios de CCS cuando se aplican a problemas sociales cruciales, tales como la prevención y el cuidado del VIH/SIDA. No obstante, la información contenida en el presente artículo tiene aplicaciones más amplias en una variedad de temas de desarrollo. Incluye una explicación de cómo y por qué el proceso de monitoreo y evaluación participativa es útil, así como los pasos para establecer un proceso de MEP.

> «La participación no es simplemente un beneficio marginal que las autoridades pueden otorgar a manera de concesión, sino el patrimonio del ser humano que ninguna autoridad puede negar [...] ¿Qué es una sociedad participativa? Debo confesar que me es más fácil explicar una que no lo es. Sólo tengo que señalar a nuestra sociedad actual, donde las clases sociales viven en mundos separados, en un orden rígido de dominación, opresión y explotación» (Díaz Bordenave 1994).

León, Osvaldo; Burch, Sally y Tàmayo, Eduardo (2005). "Comunicación en movimiento" en *ALAI, América Latina en movimiento*, abril. Quito, Agencia Latinoamericana de Información (ALAI). Reproducción autorizada por los autores.

La comunicación y la participación

Se ha descrito que la comunicación y la participación son las dos caras de una misma moneda del desarrollo. Cuando se utilizan los procesos de comunicación «para informar a las personas, permitirles que aporten su punto de vista, alcanzar un consenso, y llevar a cabo juntos un cambio o una acción de desarrollo acordados, se puede decir que la comunicación *es* participación» (Fraser y Restrepo 1998).

El uso de planteamientos formalizados de la comunicación en el desarrollo empezó poco después de la Segunda Guerra Mundial. Desde entonces, dos tendencias principales han dominado:

1. Los planteamientos de la comunicación basados en las teorías de modernización y las estrategias de información-persuasión utilizadas por los gobiernos y los sectores industriales occidentales; por ejemplo, la difusión de innovaciones, el *marketing* social, la información-educación-comunicación (IEC), la comunicación para el cambio de comportamiento.
2. Los planteamientos de la comunicación basados en la teoría crítica, el aprendizaje colectivo, el intercambio de información y los procesos dialógicos forjados durante las luchas sociales y políticas contra las potencias coloniales y los poderes dictatoriales impuestos a los países y las comunidades pobres; por ejemplo, la comunicación participativa, la comunicación para el cambio social (Kumar 1994).

Los planteamientos de la comunicación asociados a la primera tendencia han propendido a ser menos participativos en cuanto a su diseño, implementación y medición (Khadka 2000).

Ha habido tensiones frecuentes entre cada tendencia. Entre otras:

- Sus metas distintas de desarrollo: el primer conjunto de planteamientos se propone abordar los síntomas inmediatos de la pobreza (por ejemplo el fomento de productos y servicios distintos), mientras que el segundo se propone abordar las causas subyacentes de la pobreza (por ejemplo, la opresión y la injusticia).
- Por lo general, organismos "externos" (por ejemplo, gobiernos) son los propietarios y los promotores del primer enfoque, mientras que el segundo, si bien a menudo apoyado por recursos externos, es apropiado e impulsado por entidades "internas" (por ejemplo, familias y grupos comunitarios).
- Los profesionales que ejercen el primer conjunto acusan a los segundos de tomarse demasiado tiempo para obtener resultados, mientras que los profesionales que ejercen el segundo conjunto acusan a los primeros de fomentar planteamientos inapropiados.

Las distinciones entre los dos conjuntos de planteamientos no son tan claras en la práctica. Por ejemplo, ambos pueden ser más o menos "participativos", dependiendo de las habilidades de facilitación de los agentes de cambio y los plazos de los organismos patrocinadores, o de si se trata de una iniciativa gubernamental o no gubernamental.

En los últimos años, también ha habido áreas importantes de convergencia entre los dos conjuntos de planteamientos. Por ejemplo, ahora hay un común acuerdo de que la comunicación se debe centrar en el cambio a nivel *tanto* individual *como* social, y que se necesita medir los resultados "tangibles" (por ejemplo, el uso y aceptación de un servicio), *así como* los intangibles (por ejemplo, el empoderamiento de la comunidad).

La comunicación para el cambio social (CCS)

Cuando se adoptan planteamientos de comunicación participativa, la comunicación «cambia de papel de un vehículo para la información-persua-

sión al de una herramienta para el diálogo y para la coordinación entre servicios que es absolutamente esencial para la participación en la identificación de problemas, la articulación de problemas y la resolución de problemas» (Díaz Bordenave).

La CCS siempre ha estado presente de alguna manera (Fraser y Restrepo). Sin embargo, fue recién en 1997, cuando la Fundación Rockefeller organizó una serie de reuniones para deliberar sobre el papel de la "comunicación para el cambio social", que empezaron a definirse las características y los fundamentos teóricos de la CCS.

Ésta se puede definir como un proceso de diálogo público y privado mediante el cual las personas definen ellas mismas quién son, qué necesitan y cómo obtener lo que necesitan para mejorar su propias vidas. Utiliza el diálogo para llegar colectivamente a la identificación de problemas, la toma de decisiones y la implementación de soluciones respecto del desarrollo de la comunidad. El cambio social se puede definir como un cambio positivo en las vidas de las personas, tal y como ellas definirían dicho cambio.

La CCS pone en tela de juicio los planteamientos del desarrollo que «no incluyen a la población directamente afectada. La CCS fomenta un proceso comunicativo que promueve una participación comunitaria eficaz, especialmente en el caso de los sectores más empobrecidos y marginados de la sociedad» (Gumucio Dagron 2001).

Los profesionales de la CCS utilizan un enfoque de "abajo hacia arriba" al colocar la propiedad, el acceso y el control del proceso de comunicación *directamente en manos de las comunidades afectadas*. Esto desplaza el control de los medios, mensajes, herramientas y contenidos de la comunicación de manos de los poderosos a las de los tradicionalmente impotentes. En última instancia, mediante el uso de dichas habilidades, las comunidades anteriormente impotentes podrán volverse "autorrenovadoras" o capaces de administrar sus propios procesos de comunicación en su propio beneficio.

De manera similar a otros enfoques de la comunicación participativa, el *proceso* de la CCS es un "producto" en sí mismo. El proceso ayuda a individuos y comunidades a fortalecer su capacidad de comunicarse en persona, a través de las artes, o usando los medios y otras tecnologías de la comunicación. La CCS no intenta prever qué medios, mensajes o técnicas son mejores. La participación de los actores sociales que, a su vez, son comunicadores, ocurre en un proceso de crecimiento colectivo que precede a la creación de los mensajes y productos, como pueden ser un programa de radio, un documental en vídeo o un folleto. Los mensajes y su difusión son solo elementos adicionales del proceso de comunicación.

La CCS se concentra en el *proceso de diálogo* mediante el cual las personas pueden identificar los obstáculos y elaborar las estructuras de comunicación, políticas, procesos y medios de comunicación u otras herramientas que les ayudarán a lograr las metas que ellas mismas han trazado y definido. En lugar de concentrarse en la persuasión y la difusión de información, la CCS fomenta el diálogo, el debate y la negociación *desde dentro* de las comunidades. En lugar de confinar el diálogo a un desfogue de quejas o una discusión sobre información, promueve la deliberación dirigida, la toma de decisiones y la acción colectivas.

Las fuerzas motrices de la CCS se pueden sintetizar de la manera siguiente:

- La comunicación a menudo se diseña en torno a proyectos: intervenciones específicas, en un plazo determinado, a menudo con financiamiento y apoyo externo, y aplicadas a un contexto diferente. Demasiados proyectos de comunicación para el desarrollo han fracasado por la falta de participación y compromiso de parte de los sujetos del cambio. El "acceso" a los medios masivos ha resultado insuficiente y a menudo ha sido manipulado por intereses creados. La sostenibilidad del cambio social es más probable si los individuos y las comunidades más afectadas se *apropian* del proceso y el contenido de la comunicación. Las comunidades deben ser las protagonistas de su propio cambio y administrar sus herramientas de comunicación.
- Durante varias décadas, los programas de desarrollo se imponían a las comunidades y naciones pobres tanto en el sur como en el norte. La mayor parte de estas estrategias de comunicación se diseñaban en el mundo industrializado. Se utilizaban los mismos modelos, mensajes, formatos y técnicas —y a menudo siguen usándose hoy— en contextos culturales muy diversos. El proceso de comunicación no puede obviar ni negar la especificidad de cada cultura e idioma; por el contrario, debe apoyarlos para adquirir legitimidad y así apoyar la "renovación cultural" (Nair y White 1994). La interacción cultural o los intercambios entre idiomas y culturas son saludables cuando ocurren a través del diálogo crítico en un marco de equidad y respeto.
- Los modelos verticales de la comunicación para el desarrollo dan por sentado que las comunidades pobres en las naciones en vías de desarrollo no tienen "conocimientos" (IIRR 1996). El acceso a la información generada en los países industrializados es visto como el camino mágico del progreso. La CCS rechaza el modelo lineal de transmisión de la información desde un emisor central a un receptor individual, y promueve, más bien, un proceso cíclico de interacciones centradas en los conocimientos intercambiados desde y hacia la cultura y la acción colectiva. Fortalece el conocimiento local y promueve los intercambios de información en igualdad de condiciones y el aprendizaje a través del diálogo en un proceso de crecimiento mutuo. La CCS es horizontal, no de arriba hacia abajo, y da la oportunidad de que se oiga la voz antes negada de los actores sociales.
- La comunicación no se puede ver como un apéndice o como un conjunto de tareas específicas dentro de un proyecto ya establecido. Si se considera que los proyectos de desarrollo son proyectos de cambio social y, por lo tanto, proyectos de comunicación, no pueden empezar en la sede de una organización externa, salvo como un conjunto de preguntas: ¿Qué pasa allá? ¿Nos quieren allá? ¿Para hacer qué? ¿Cómo? ¿Qué vamos a dejar atrás que se pueda reutilizar para otros fines? Cada proyecto se debe planificar desde esta perspectiva de comunicación desde un inicio. Esto implica una planificación en comunicación tanto con la población afectada como con los aliados potenciales (Mato 2002).
- La comunicación significa vínculos e intercambios entre diversas personas, organizaciones y comunidades. Los procesos de comunicación que seleccionan receptores "objetivo" y se aíslan en temas definidos externamente a menudo no pueden establecer diálogos y es menos probable que crezcan y sean sostenibles. La CCS promueve el diálogo no sólo dentro de la comunidad, sino también con otros que participen en un proceso similar. El establecimiento de redes contribuye al fortalecimiento del proceso y los intercambios lo enriquecen. La CCS es horizontal (de muchos a muchos) y fortalece los lazos comunitarios mediante la amplificación de las voces de los más pobres (Gumucio Dagron).
- Los resultados del proceso de CCS deben trascender el comportamiento individual y considerar las normas sociales, políticas actuales, la cultura y el contexto general del desarrollo. La CCS se esfuerza por fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la voz y la apropiación: el tejido de comunicación del empoderamiento comunitario. No mira hacia arriba para encontrar respuestas. No depende totalmente de fuerzas externas. Se espera que sus planteamientos sean de carácter sostenible y que se puedan replicar cuando termine el financiamiento.

En resumen, las áreas de interés para la CCS son la cultura y la tradición; el respeto por el poder de decisión local; la modificación mutua de la información externa y el conocimiento tradicional; y, el diálogo entre los especialistas del desarrollo y las comunidades. La CCS trata sobre *motivar la voluntad* de cambio *de las personas*, definir el cambio y las acciones requeridas, y llevarlas a cabo. Su meta global es fomentar *sociedades autorrenovadoras*.

La comunicación para el cambio social y el VIH/SIDA

Cada minuto, 100 personas contraen el VIH/SIDA. Cada día, el SIDA mata a más de 8.000 personas. Sin embargo, el VIH/SIDA es prevenible y controlable. Programas de comunicación mundiales, nacionales y subnacionales diseñados por organismos internacionales, gobiernos y organizaciones no gubernamentales han elevado la conciencia sobre el VIH/SIDA, reducido el estigma asociado al VIH/SIDA y, en cierta medida, cambiado comportamientos que, si no cambian, colocan a las personas en riesgo de contraer el virus o de no poder tener acceso a servicios como los análisis voluntarios y el tratamiento retroviral.

Pero, aunque las campañas educativas masivas dirigidas al cambio del comportamiento individual desempeñan un papel fundamental en la prevención y el cuidado del VIH/SIDA, sin un cambio social profundo es muy improbable que sean sostenibles. Factores sociales, culturales y políticos sustentan los llamados "comportamientos riesgosos". Estos factores incluyen, entre otros: la pobreza, la desigualdad, el prejuicio, la condición de la mujer, la responsabilidad de los hombres, la marginación y la privación de influencia/poder, la violencia por motivos de género, la cohesión comunitaria y social, y muchos otros (UNAIDS 1999). Lograr un cambio sostenible en los comportamientos o las condiciones sociales implica fundamentalmente fomentar y apoyar la comunicación en la sociedad (Panos 2001).

Los métodos convencionales de comunicación sobre el VIH/SIDA —depender de los medios masivos y recurrir al *marketing* social y los modelos de planificación de la comunicación para el cambio de comportamiento— se han reevaluado a la luz de lo siguiente:

- La escala y severidad continuamente creciente de la epidemia pese a los esfuerzos por contenerla. Ya no podemos recurrir únicamente al sector de salud para controlar el VIH/SIDA (Parker y otros 1998).
- En ocasiones se han introducido intervenciones internacionales de gran escala para que las comunidades y sociedades se apropien y lideren las luchas contra el VIH/SIDA ellas mismas.
- La necesidad de abordar el comportamiento individual así como los factores sociales, políticos y ambientales que influyen en el comportamiento (Blake y Babalola 2002). Puesto que los temas sexuales son más delicados para muchas personas que otros temas de salud, los sociodramas y otras formas entretenidas de plantear estos problemas pueden ser particularmente eficaces. Estas formas de "edu-entretenimiento" pueden contribuir al proceso de comunicación para el cambio social (Singhal y Rogers 2003).
- Los temas de sexo y sexualidad, y los vínculos estrechos entre el VIH y la pobreza, el VIH y la discriminación, y el VIH y la marginación, exigen estrategias mucho más complejas y de abajo hacia arriba orientadas al empoderamiento comunitario, las formas horizontales de la comunicación y conjuntos de intervenciones menos rígidos y, por tanto, más difíciles de medir.
- La creciente complejidad de las sociedades en los países en desarrollo, producto de una mayor liberalización, sistemas de medios más complejos y patrones de comunicación más complejos y horizontales en la sociedad, exigen formas de pensar y planteamientos nuevos (UNFPA 2002).

Ha surgido un mayor interés y debate respecto al campo de la comunicación para el cambio social

(Panos). A manera de resumen, se puede decir que los principios y planteamientos asociados a la CCS proponen que los marcos de comunicación sobre el VIH/SIDA:

- Se aparten del concepto de las personas como objetos del cambio [...] y se aproximen a las personas y comunidades como agentes de su propio cambio.
- Se aparten de diseñar, probar y entregar mensajes [...] y se aproximen a un apoyo del diálogo sobre los temas de mayor interés.
- Se aparten de la transmisión de información de parte de expertos técnicos [...] y se aproximen a introducir esa información en el diálogo con sensibilidad.
- Se aparten de persuadir a las personas a hacer algo [...] y se aproximen a negociar la mejor manera de avanzar en un proceso entre socios.
- Se aparten de que expertos de organismos "foráneos" dominen y guíen el proceso [...] y se aproximen a que las personas más afectadas por los temas de interés desempeñen un papel central.

¿Qué es el Monitoreo y Evaluación Participativa (MEP)?

Entonces, ¿qué es el MEP exactamente? No hay una definición o metodología única, debido a la diversa gama de experiencias de campo y a la dificultad de llegar a un acuerdo sobre términos como "monitoreo", "evaluación", "comunidad" y "participación". Tal como se ha señalado anteriormente, la mejor descripción del MEP es: «un conjunto de principios y un proceso de participación en la labor de monitoreo y evaluación» (Burke). El *proceso* es por lo menos tan importante como las *recomendaciones* y los *resultados* contenidos en los informes o las reuniones de retroalimentación de MEP.

Ha surgido gran cantidad de literatura sobre el MEP en los campos del desarrollo comunitario e internacional (Stewart 1995, Estrella y Gaventa 1998, Pasteur y Blauert 2000). Se han diseñado técnicas como la Evaluación Rural Rápida (ERR), la Evaluación Rural Participativa (ERP), el Monitoreo Participativo (MP), o los Métodos de Aprendizaje Participativo (MAP) para evaluar las situaciones locales de manera participativa (Tikare y otros 2001, Bock 2001). Ahora hay cursos de capacitación en MEP en varias instituciones internacionales y algunos organismos ofrecen cursos de capacitación "a distancia" a los organismos, programas/iniciativas y comunidades que soliciten el MEP como apoyo.

Las técnicas y métodos participativos de recopilación de datos —tales como el mapeo comunitario, transecto y caminatas, diagramación, calendarios estacionales, *matrix ranking* y debates de grupo— se han constituido en herramientas útiles para obtener la participación de la población local en la formulación de estrategias para aprender sobre sus comunidades y para la planificación y evaluación (Cornwall y Jewkes 1995, Roche 1999). Se han publicado muchas guías y diversos manuales prácticos sobre el MEP (Aubel, J. 1993; Chambers, R. 1991; Feuerstein, M.T. 1986; Gajanayake, S. y Gajanayake, J. 1993; Narayan-Parker, D. 1993; Narayan-Parker, D. y Rietbergen-McCracken, J. 1998; Norton, A., Bird, B., Brock., K. Kakande., M. y Turk, C. 2001 Rietbergen-McCracken, J. y Narayan-Parker, D. 1998, Srinivasan, L. 1993, UNDP-World Bank 1998; UNDP 1997; WHP and UNDP/World Bank 1997).

¿Por qué usar el MEP?

Es importante considerar a las personas como agentes y no como objetos; agentes que son capaces de analizar sus propias situaciones y diseñar sus soluciones propias (Cornwall y Jewkes). El Monitoreo y Evaluación (MyE) convencional a menudo se funda en encuestas cuantitativas no participativas diseñadas por evaluadores ajenos al programa o proyecto en cuestión (Aubel 2004). Estos procesos se vienen criticando cada vez más por ser "de arriba hacia

abajo", por atender únicamente a los intereses de los organismos de financiamiento y los encargados de formular políticas, y por ofrecer poca o ninguna oportunidad a todas las partes interesadas de expresar sus opiniones y evaluaciones (Cracknell 2000, Kanji 2003). La información suele extraerse de las poblaciones, comunidades, familias o participantes y se concentra en el nivel superior de las organizaciones (generalmente alejadas de los beneficiarios), donde a menudo queda subutilizada (Noponen 1997). El MyE convencional se considera en gran medida como una forma de "vigilancia" (Carden 2000, Nair y White).

El concepto de la participación de las partes interesadas en la evaluación ya goza de amplia aceptación en la comunidad de evaluación (Whitmore 1998). Según Estrella y otros (2000), el interés en el MEP ha aumentado debido a varios factores, tales como:

- La tendencia hacia una "rendición de cuentas basada en el desempeño", que aborda los resultados y los objetivos más allá de los informes financieros (Niven 2002).
- La demanda creciente de mayor rendición de cuentas y un impacto demostrable.
- El desplazamiento hacia la devolución de las responsabilidades y la autoridad del gobierno central a los niveles inferiores del gobierno, lo cual exige nuevas formas de supervisión para asegurar la transparencia y para mejorar el apoyo a las iniciativas que responden a los pedidos de la población.
- El fortalecimiento de las capacidades y la mayor experiencia de las organizaciones no gubernamentales (ONG) y las organizaciones comunitarias en la toma y la implementación de decisiones en el proceso de desarrollo (Guijt y Gaventa 1998).
- Pruebas cada vez mayores de que los planteamientos participativos producen resultados positivos en cuanto a la identificación y resolución de problemas, el diseño de programas, el monitoreo y la evaluación (Bradley y otros 2002).

El MEP es fundamental si el propósito de una evaluación continua y periódica es comprender y responder a las realidades locales y asegurar que los resultados se utilicen en pro del cambio (Papineau y Kiely 1996). Algunas de las funciones clave del MEP son:

- Facilitar el aprendizaje mutuo (Rebien 1996, Noponen).
- Contribuir al fortalecimiento de la capacidad local de toma de decisiones y desarrollo centrado en la comunidad (Nayaran-Parker 1993, Papineau y Kiely).
- Ayudar a los participantes a adquirir las habilidades para evaluar sus propias necesidades, analizar sus propias prioridades y objetivos, y emprender una planificación orientada hacia la acción con el fin de resolver sus propios problemas (Estrella y Gaventa).

En general, el MEP tiene tres propósitos principales:

- Optimizar la planificación y la gestión.
- Fomentar el aprendizaje organizativo.
- Modelar las políticas.

Estas funciones y propósitos múltiples del MEP frecuentemente se superponen. La determinación de las funciones y los propósitos medulares del MEP en un proyecto o programa dependerá fundamentalmente de los intereses de las diversas partes interesadas y bien podrían cambiar con el tiempo.

Con el fin de identificar qué se debe monitorear y evaluar y con qué propósito, el MEP utiliza un proceso que

> «trata de ofrecer foros (por ejemplo, reuniones y talleres) que permitan que las diversas partes interesadas expresen sus necesidades y tomen decisiones de cooperación [...] El MEP requiere que se conozcan las preocupaciones de las personas y cómo las diversas partes interesadas perciben (y, por tanto, miden) los resultados, consecuencias e impactos de un proyecto. Cómo las reclamaciones y perspectivas diferentes (y a menudo contrapuestas) de las partes interesadas se negocian y resuelven, especialmente cuando ciertos grupos o individuos están en situación de impotencia frente a los demás, sigue siendo un tema crucial para la elaboración del proceso del MEP» (Estrella 2000).

Bibliografía citada

Aubel, J. (1993). *Participatory Program Evaluation: A Manual for involving program stakeholders in the evaluation process*. Dakar, Catholic Relief Services; World Bank. (1996) The World Bank participation sourcebook. Washington, D. C., World Bank.

Aubel, J. (2004). *Participatory Monitoring and Evaluation for Hygiene Improvement. Beyond the toolbox: What else is required for effective PM&E?* Strategic Report 9. Washington, D. C., Environmental Health Project.

Blake, M., y Babalola, S. (2002). *Impact of a male motivation campaign on family planning: Ideation and practice in Guinea*. Baltimore, Johns Hopkins University. Bloomberg School of Public Health, Center for Communication Programs (CPP), Field Report N° 13.

Bock, J. G. (2001). "Towards participatory communal appraisal" en *Community Development Journal*, 36 (2).

Bradley, J. E. y otros (2002). "Participatory evaluation of reproductive health care quality in developing countries" en *Social Science and Medicine*, 55.

Carden, F. (2000). "Giving Evaluation Away: Challenges in a Learning-based Approach to Institutional Assessment" en Nair, K. S. y White, S. A. (1994). "Participatory Development Communication as Cultural Renewal" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication: Working for change and development*. New Delhi, Sage Publications.

Chambers, R. (1991). "Shortcut and Participatory Methods for Gaining Social Information for Projects" en *Putting People First: Sociological Variables in Rural Development*. Cernea, M.M. (ed). Oxford, Oxford University Press.

Cornwall, A. y Jewkes, R. (1995). "What is participatory research?" en *Social Science & Medicine*, 41 (12).

Cracknell, B. E. (2000). *Evaluating Development Aid: Issues, Problems and Solutions*. New Delhi, Sage Publications.

Díaz Bordenave, J. (1994). "Participative Communication as a Part of Building the Participative Society" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication: Working for change and development*. New Delhi, Sage Publications.

Estrella, M. y Gaventa, J. (1998). "Who counts reality? Participatory Monitoring and Evaluation: A literature review". Brighton, IDS Working Paper 70.

Estrella, M., Blauert, J., Campilan, D., Gaventa, J. (eds.) (2000). *Learning from Change: Issues and experiences in participatory monitoring and evaluation*. London, Intermediate Technology Publications Ltd.

Feuerstein, M.T. (1986). *Partners in Evaluation: Evaluating Development and Community Programmes with Participants*. London, Mac-Millan.

Fraser, C. y Restrepo, S. (1998). *Communicating for Development: Human Change for Survival*. London, I. B. Tauris Publishers.

Gajanayake, S. y Gajanayake, J. (1993). *Community Empowerment: A Participatory Training manual on Community Project Development*. Illinois, Office of International Training and Consultation, Northern Illinois University.

Guijt, I. y Gaventa, J. (1998). "Participatory Monitoring and Evaluation: Learning from Change". IDS Policy Briefing 12. Brighton, Institute of Development Studies.

Gumucio Dagron, Alfonso (2001). "Communication for Social Change: Key to Participatory Development". Ponencia presentada en la conferencia de la UNESCO Digital Opportunities for Central and Eastern Europe – Community Multimedia Centres. Bucarest, Rumania, 3-7 de diciembre.

IIRR (1996). "Recording and using indigenous knowledge: A manual". Silang, Cavite, Philippines, International Institute of Rural Reconstruction.

Kanji, N. (2003). *Mind the Gap: Mainstreaming gender and participation in development*. London, International Institute for Environment and Development (IIED) e Institute of Development Studies (IDS).

Khadka, N. B. (2000). "The participatory development communication paradigm: Communication challenges and change" en *Australian Journal of Communication*, 27 (3).

Kumar, K. J. (1994). "Communication Approaches to Participation and Development: Challenging Assumptions and Perspectives" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication: Working for change and development*. New Delhi, Sage Publications.

Mato, D. (2002). "Communication for Social Change in Latin America: Contexts, Theories and Experiences". Notas de una presentación a The Communication Initiative Partners, 6 de noviembre.

Nair, K. S. y White, S. A. (1994). "Participatory Development Communication as Cultural Renewal" en White, S. A.; Nair, K. S. y Ascroft, J. (eds.) *Participatory Communication: Working for change and development*. New Delhi, Sage Publications.

Narayan-Parker, D. y Rietbergen-McCracken, J. (1998). *Participation and social assessment: tools and techniques*. Washington, D. C., The World Bank.

Nayaran-Parker, D. (1993). "Participatory evaluation: Tools for managing change in water and sanitation". World Bank Technical *Paper, 207*. Washington, D. C., World Bank.

Niven, P. (2002). *Balance Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results*. New York, John Wiley and Sons.

Noponen, H. (1997). "Participatory Monitoring and Evaluation – A Prototype Internal Learning System for Livelihood and Micro-Credit Programs" en *Community Development Journal*, 32:1.

Norton, A., Bird, B., Brock. K. Kakande., M. y Turk, C. (2001). *A rough guide to PPAs: Participatory Poverty Assessment. An introduction to theory and practice*. Brighton, Overseas Development Institute (IDS).

Panos Institute (2001). "Background Paper for Communication Development Roundtable". Trabajo presentado en la Mesa Redonda patrocinada por UNFPA en asociación con la Fundación Rockefeller y UNESCO. Nicaragua, noviembre 2001.

Papineau, D. y Kiely, M. C. (1996). "Participatory evaluation in a community organization: fostering stakeholder empowerment and utilization" en *Evaluation and Program Planning*, 19:1.

Parker, W., Dalrymple, L., y Durden, E. (1998). *Communicating Beyond AIDS Awareness: A Manual for South Africa*. South Africa, Department of Health, Beyond Awareness Consortium.

Pasteur, K. y Blauert, J. (2000). *Participatory monitoring and evaluation in Latin America: Overview of the literature with annotated bibliography*. Brighton, Institute of Development Studies (IDS).

Rebien, C. C. (1996). "Participatory evaluation of development assistance: dealing with power and facilitative learning" en *Evaluation*, 2 (2).

Rietbergen-McCracken, J. y Narayan-Parker, D. (1998). *Participatory tools and techniques: A resource kit for participation and social assessment*. Social Policy and Resettlement Division, Environment Department. Washington, D. C., The World Bank.

Roche, C. (1999). "Methodological issues: using participatory tools" en *Impact Assessment for Development Agencies. Learning to Value Change*. Oxford Publishing, Oxfam.

Singhal, A. y Rogers, F. (2003). *Combating AIDS. Communication Strategies in Action*. New Delhi, Sage Publications.

Srinivasan, L. (1993). *Tools for Community Participation: A Manual for Training Trainers in Participatory Techniques*. Washington, DC, PROWESS/UNDP-World Bank Water and Sanitation Program.

Stewart, S. (1995). "Participatory Rural Appraisal: Abstracts of sources. An Annotated Bibliography" en *Development Bibliography, N° 11*. Brighton, Institute of Development Studies (IDS).

Tikare, S.; Youssef, D.; Donnelly-Roark, P. y Shah, P. (2001). "Chapter 7: Participation" en *Poverty Reduction Strategy Sourcebook*, Vol. 1 – Core Techniques and Cross-Cutting Issues. Washington D. C., World Bank.

UNAIDS/PennState (1999). *Communications Framework for HIV/AIDS: A New Direction*. Geneva, UNAIDS.

UNDP-World Bank Water and Sanitation Program South Asia Region (1998). *Improving User Participation to Increase Project Effectiveness: Community Action Planning in an Adaptive Project - NWFP community infrastructure project*. UNDP – World Bank Water and Sanitation Program South Asia Region.

UNFPA (2002). "Communication for Development Roundtable Report: Focus on HIV/AIDS communication and evaluation". Trabajo presentado a la Mesa Redonda organizada por UNFPA con la Fundación Rockefeller, UNESCO y The Panos Institute. Nicaragua, 26-28 de noviembre.

United Nations Development Program (1997). *Who are the Question Makers? A Participatory Evaluation Handbook*. New York, Office of Evaluation and Strategic Planning, United Nations Development Program.

Whitmore, E. (ed.) (1998). "Understanding and Practicing Participatory Evaluation" en *New Directions for Evaluation*, 80. San Francisco, Jossey-Bass Publishers.

WHO and UNDP/World Bank (1997). The PHAST Initiative. *Participatory Hygiene and Sanitation Transformation A New approach to working with communities*. Geneva, World Health Organization.

La participación popular en la comunicación como estrategia para extender el ejercicio de la ciudadanía

Extracto de *El derecho a la comunicación comunitaria, la participación popular y la ciudadanía*

Cicilia M. Krohling Peruzzo

on los medios comunitarios los que más potencian la participación directa del ciudadano en la esfera pública comunicacional del Brasil contemporáneo. Ellos están más fácilmente al alcance del pueblo, en comparación con los medios masivos. Primero, porque se sitúan en el ambiente en el que viven las personas, conocen la localidad y es más fácil aproximarse a ellos. Este proceso se ve facilitado cuando la comunicación se realiza a partir de organizaciones en las que el ciudadano participa directamente o cuyas acciones los afecta directamente. Segundo, porque se trata de una comunicación de proximidad. Tienen como fuente la realidad y los acontecimientos de la misma localidad, y además se dirigen a la gente de la comunidad, lo que permite construir identificaciones culturales. De hecho, la familiaridad es uno de los elementos que definen dichos medios de proximidad.

Hay varias maneras de participar en los medios. Cuando se llama por teléfono a una emisora de radio para pedir una canción o conversar con el locutor, se está participando. Al dar una entrevista a un periódico, se está participando. Si un fotógrafo

Parks, Will; Gray-Felder, Denise; Hunt, Jim y Byrne, Ailish (2005). *Who Measures Change? An Introduction to Participatory Monitoring and Evaluation of Communication for Social Change*. New Jersey, Communication for Social Change Consortium, Inc. Reproducción autorizada por la editorial.

o un cineasta "roba" tu imagen y luego la exhibe en los medios, estás participando en el contenido del medio. Si contestas una llamada telefónica de un empleado de una revista a la que estás suscrito y contestas una encuesta, estás participando. Si has hecho algo importante o cometido un delito y esto se publica en la prensa, estás participando, y así sucesivamente. Los tipos de participación mencionados son comunes e importantes en los medios tradicionales. Pero cuando se habla de comunicación comunitaria, hay otras formas de participación posibles y deseables.

La participación de la población en los medios de comunicación en América Latina se viene realizando en distintos niveles, dependiendo de las estrategias trazadas basadas en principios democráticos que se han puesto en práctica en mayor o menor medida. Desde esta perspectiva, la participación de las personas puede realizarse:

a. Como receptores de contenidos, lo que ayuda a desarrollar un público, muchas veces tomado como un parámetro para determinar si el medio de comunicación es "popular". Es una participación pasiva cuyo efecto en los contenidos es sólo indirecto.
b. Participación en los mensajes: el nivel elemental de participación, en el cual una persona concede una entrevista, pide música, etc., pero no tiene ningún poder de decisión respecto de la edición y la transmisión.
c. Participación en la producción y difusión de mensajes, materiales y programas: consiste en la elaboración, edición y transmisión de contenidos.
d. Participación en la planificación: consiste en participar en el establecimiento de las políticas del medio de comunicación, en la elaboración de los formatos del medio y de los programas, en la elaboración de los objetivos y principios de gestión, etc.
e. Participación en la gestión: consiste en la participación en el proceso de administración y control de un medio de comunicación comunitaria (Peruzzo 2004).[1]

En resumen, la participación de las personas puede limitarse al papel de oyentes, lectores o espectadores, o implicar tomar parte en los procesos de producción, planificación y gestión de la comunicación. Los niveles más avanzados de participación del ciudadano presuponen que prevalecen los criterios de representatividad y corresponsabilidad, ya que se trata de ejercicio del poder de forma democrática o compartida (Peruzzo 2004). También presuponen que la participación popular se realiza de modo libre y con autonomía, o sea libre de presiones, manipulaciones y otras formas de interferencia y control de los dirigentes e instituciones.[2]

La participación popular en las experiencias más avanzadas de comunicación comunitaria representa un avance significativo en la democracia comunicacional. Esto es esencial para las organizaciones populares, porque puede constituir la diferencia que ayuda a extender el ejercicio de la ciudadanía. Una comunicación comunitaria tiene el potencial de contribuir al desarrollo de la ciudadanía no sólo por los *contenidos* críticos, denunciatorios, reivindicatorios o anunciadores de una nueva sociedad, sino por el *proceso* mismo de comunicar. Hay una relación dinámica entre la comunicación y la educación que merece ser analizada.

Algunos medios de comunicación comunitarios —no todos obviamente—[3] tienen el potencial de ser, al mismo tiempo, parte de un proceso de organización popular[4] y canales cargados de contenidos informativos y culturales, y posibilitan la práctica de una participación directa en los mecanismos de planificación, producción de mensajes/programas y gestión de la organización comunitaria de la comunicación. Contribuyen, por tanto, de dos maneras a la construcción de la ciudadanía: ofrecen un potencial educativo tanto por el proceso como por el contenido de los mensajes que transmiten.

Por sus *contenidos*, pueden contribuir a la socialización del legado histórico de conocimiento, facilitar una comprensión de las relaciones sociales, de los mecanismos de la estructura de poder (comprender mejor los aspectos políticos) y de los asuntos públicos del país, esclarecer los derechos de las personas, y fomentar el debate sobre los problemas locales. Por ejemplo, se sabe de la existencia de programas de radio realizados por habitantes de las *favelas* en los que se lleva a cabo un trabajo educativo para los niños y jóvenes para enseñarles los peligros del consumo y el tráfico de drogas. También pueden facilitar la valorización de las identidades y las raíces culturales al dar espacio, por ejemplo, a manifestaciones del saber y la cultura popular: la historia de los antepasados de un pueblo, las leyendas y las hierbas naturales utilizadas para curar enfermedades. Pueden servir de canal de expresión para artistas locales, que difícilmente consiguen penetrar en los grandes medios regionales y nacionales. Pueden informar sobre cómo evitar enfermedades, sobre los derechos del consumidor, el acceso a servicios públicos gratuitos (registro de nacimiento o acceso a la defensoría pública) y muchos otros asuntos de interés social.

Son educativos desde un punto de vista de *proceso* porque la participación directa ayuda a que la gente desarrolle sus habilidades. El ciudadano que aprende a escribir para un periódico pequeño, a hablar en la radio, a interpretar un papel en un vídeo popular, a crear, producir y transmitir un programa de radio o televisión, a debatir sobre los objetivos, las políticas editoriales y los principios de gestión del medio de comunicación, a seleccionar contenidos, etc., vive un proceso de educación informal que conduce a una comprensión del medio y del contexto en el que vive. Esta situación ayuda a desmitificar los medios, que tienden a ser vistos por el ciudadano común como algo inaccesible, como cosa de especialistas, de "gente estudiada".

Los medios de comunicación producidos por sectores organizados de las clases subalternas, u orgánicamente ligados a ellos, terminan por crear un entorno propicio para el desarrollo de la educación para la ciudadanía. Las relaciones entre educación y comunicación se vuelven explícitas, ya que las personas que participan en estos procesos desarrollan su conocimiento y cambian su forma de ver y de relacionarse con la sociedad y con el propio sistema de los medios de comunicación de masas. Se apropian de las técnicas y los instrumentos tecnológicos de la comunicación y adquieren una visión más crítica, tanto a través de la información que reciben como a través de lo que aprenden de la vivencia y de la práctica misma. Por ejemplo, la selección de noticias que una persona se ve obligada a hacer al momento de montar un noticiario en la radio comunitaria, así como los demás mecanismos que condicionan el proceso de producir y transmitir los mensajes que se presentan cotidianamente, abre los ojos respecto de las estrategias y las posibilidades de manipulación de los mensajes por los grandes medios de comunicación de masas. Se toma conciencia de las oportunidades de selección de los mensajes, de los conflictos de intereses que condicionan la información o la programación, de la dinámica del mercado publicitario, así como de la fuerza (el poder de dar visibilidad pública y de influir) que tiene un medio de comunicación tal como la radio, la prensa, la televisión, el internet, etc. (Peruzzo 2002).

El alcance de la participación en la dinámica local, el contenido de los mensajes y la participación en todas las fases del proceso de comunicación están interconectados y se configuran como el ideal en cuanto a la acción educativa-comunicativa en el ámbito de los movimientos comunitarios. Sin embargo, se sabe que la participación activa de las personas en todas las diversas fases de un proceso de comunicación comunitaria está todavía limitada.[5] No obstante, incluso aquellas experiencias en las que los tres componentes no se dan interconectadamente tienen valor. La participación sólo en el contenido, por ejemplo, aunque se dé aisladamente, ofrece un cierto nivel de potencial educativo. Un programa de televisión o de radio, aunque no se

produzca con la participación activa de la población (a través de sus representantes) a la cual está dirigido el producto final, sino por un equipo local de pobladores, o incluso por el personal de una organización no gubernamental o de un sindicato, por ejemplo, tiene el potencial de contribuir a la formación de la conciencia crítica y la ampliación del nivel de conocimiento tanto de los emisores como de los receptores (Peruzzo 2002).

Como se sabe, la educación, entre otras dimensiones, implica educarse a sí mismo. Como dice Kaplún (1999), educarse es involucrarse en un proceso de múltiples flujos comunicativos. El sistema será tanto más educativo cuanta más rica sea la trama de interacciones comunicacionales que sepa abrir y poner a disposición de los educandos.

Los movimientos sociales tienen el potencial de modificar los valores e instituir cambios de opinión. Ayudan a romper la "cultura del silencio" de las mayorías, como afirma Paulo Freire (1981), o la cultura de sumisión, la del ciudadano ausente, de un ciudadano sin voz, para una nueva ciudadanía. Como señala Jesús Martín Barbero (1999):

> «en gran medida, aquellas instituciones, aquellos espacios en los cuales el ciudadano se forma, se diluyen en el momento en el que ejerce la ciudadanía. Al momento [...] hay una multiplicidad de movimientos, un poco tentativos, construyendo, por un lado, una superación, en cierta medida, del silencio. Existe una insubordinación, una rebeldía frente al poder de la Iglesia [...] del Estado [...] de la escuela, frente a muchos poderes. Todo esto pasa con los movimientos feministas, los movimientos ecológicos, los movimientos homosexuales, étnicos, raciales, los movimientos de los negros [...] Existen elementos de una nueva sociabilidad, una nueva agenda de temas importantes para las personas. [...] Estos movimientos, pequeños, en su mayoría desarticulados, a medida que se articulen entre sí y se articulen con las escuelas y los medios de comunicación municipales, comunitarios, irán creando redes de formación de ciudadanos que van a ser muy eficaces para hacer que esas voces dispersas comiencen a tomar cuerpo en el espacio regional e, inclusive, en el espacio nacional».

Como se ha demostrado, en los procesos participativos avanzados, los receptores de los mensajes de los medios de difusión se vuelven también productores y emisores de los mismos, como también gestores del proceso de comunicación. El ciudadano se convierte en *sujeto* de los medios y tiende a cambiar su forma de ver el mundo y de relacionarse con él y con los medios.

Para que se concrete una participación directa en la producción y gestión de la comunicación comunitaria, deben existir canales de participación abiertos y despejados. La participación necesita ser facilitada. No bastan las críticas a la ausencia de participación ni las invitaciones vagas a participar sin perspectivas concretas de viabilidad.

También es necesario tener clara la importancia de la puesta en práctica de mecanismos que faciliten la representatividad de la población y de las organizaciones en las diversas instancias de funcionamiento de un medio de comunicación local o un consejo comunitario. Por lo tanto, las organizaciones locales se deben valorizar, dándoles un espacio efectivo de participación en la toma de decisiones. La formación de un consejo de comunicación local o de asociaciones comunitarias representativas contribuye a reducir una cierta tendencia al autoritarismo, típico de nuestra cultura y reproducido por nuestros dirigentes.

En el fondo, la participación implica tomar decisiones políticas y emplear metodologías adecuadas de acción (Peruzzo 2004). Si una estrategia comunicacional se limita sólo a las prácticas de los grandes medios y de las organizaciones tradicionales de acción comunitaria, difícilmente seguirá por caminos que no sean una reproducción de los estilos clientelistas, de programación unidireccional, y de ver a los medios de comunicación como sólo *un fin en sí mismo* (concienciar, convencer, educar) y no como un *medio facilitador* de un proceso de autoemancipación ciudadana.

En la concepción instrumental de los medios, o sea cuando son vistos como un fin, éstos son usados para adoctrinar a los tenidos por ignorantes. A veces se presentan como democráticos, pero acaban siendo verticales y unilaterales.

La cuestión central es convertir al ser humano en sujeto del proceso de cambio social, que ocurre como resultado de la comunicación, pero también de otros mecanismos de organización y acción popular. En otras palabras, los diversos procesos enfatizados aquí no se limitan a la acción de los *medios*. Estos pueden facilitar la acción ciudadana y, efectivamente, desempeñan un papel importante, pero la dinámica social local es más amplia y compleja. Por lo tanto, todas las áreas de las comunicaciones (relaciones públicas, publicidad, periodismo, el sector editorial, etc.) y otros campos del conocimiento ofrecen un espacio potencial para la acción concreta dentro de sus respectivas especialidades. Lo que más importa es la conjugación de principios que favorezcan una autogestión popular, el respeto por interés social amplio y la participación de las personas como protagonistas de la comunicación y de la organización popular.

Notas

1 Los niveles de participación aquí señalados parten de los conceptos elaborados por Merino Utreras (1988), quien sistematiza los principios de participación en la comunicación aprobados en una reunión sobre autogestión realizada en Belgrado en 1977 y en un seminario patrocinado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1978 sobre participación en la producción, la planificación y la gestión.

2 Las diversas formas de ejercicio de la participación y su relación con el poder (participación pasiva, participación controlada y cogestión y autogestión) se abordan en Peruzzo 2004.

3 Puesto que muchos participan en la reproducción, en escala local o comunitaria, de la estructura y los objetivos de *marketing* de los grandes medios privados o sirven al proselitismo político o religioso.

4 Por ejemplo, la participación en movimientos de interés colectivo, tales como un movimiento comunitario, un proyecto grupal de construcción de vivienda, un grupo de jóvenes, un servicio para el cuidado de niños necesitados, etc.

5 Una participación activa amplia de la población es algo que se construye lentamente, en la misma dinámica social, según las condiciones imperantes y el nivel de compromiso de las personas con su propia ciudadanía (Peruzzo 2004).

Bibliografía citada

Freire, Paulo (1981). *A educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Kaplún, Mario (1999). "Processos educativos e canais de comunicação" en *Comunicação & Educação*, enero-abril. São Paulo, Moderna/Eca-Usp.

Martín Barbero, Jesús (1999). "Sujeito, comunicação e cultura". Entrevista concedida a Roseli Fígaro e Maria Aparecida Baccega para *Comunicação & Educação*, mayo-agosto. São Paulo, Moderna/Eca-Usp.

Peruzzo, Cicilia M. Krohling (2004). *Comunicação nos Movimentos Populares - A participação na construção da cidadania*. Petrópolis, Editora Vozes.

Peruzzo, Cicilia M. K. (2002). "Comunicação comunitária e educação para a cidadania" en revista *PCLA – Pensamento Comunicacional Latino Americano*. São Bernardo do Campo, Cátedra Unesco-Umesp, Vol. 4, Nº 1.

Peruzzo, Cicilia M. Krohling (2004). "Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania" en Costa Oliveira, Maria José da (ed.) *Comunicação pública*. Campinas, Brasil, Alínea. Reproducción autorizada por la autora.

PODER, MEDIOS Y ESFERA PÚBLICA

DOS

LECTURAS CONTEMPORÁNEAS

Visualización de una era posdesarrollo

Extracto de *La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*

Arturo Escobar

> No sabemos exactamente cuándo comenzamos a hablar de diferencia cultural. Pero en algún punto nos negamos a continuar construyendo una estrategia sobre un catálogo de "problemas" y "necesidades". El gobierno sigue apostando a la democracia y al desarrollo; nosotros respondemos enfatizando la autonomía y el derecho a ser quienes somos y a tener nuestro propio proyecto de vida. Reconocer la necesidad de ser diferente, construir una identidad, son tareas difíciles que exigen trabajo persistente en nuestras comunidades, tomando como punto de partida la heterogeneidad que les es propia. Sin embargo, el hecho de que no hayamos elaborado alternativas sociales y económicas nos hace vulnerables a la actual acometida del capital. Ésta es una de nuestras tareas políticas más importantes actualmente: avanzar en la formulación e implementación de propuestas sociales y económicas alternativas».
>
> Libia Grueso, Leyla Arroyo y Carlos Rosero, Organización de Comunidades Negras del Pacífico Colombiano

Estadísticas (década de los 1980)

Los países industrializados, con el 26% de la población, responden por el 78% de la producción mundial de bienes y servicios, el 81% del consumo de energía, el 70% de los fertilizantes químicos y el 87% del armamento mundial. Un habitante de Estados Unidos gasta tanta energía como siete mexicanos, 55 indios, 168 tanzanianos y 900 nepalíes. En muchos países del Tercer Mundo los gastos militares superan el gasto en salud. El costo de un avión moderno de combate puede financiar 40 mil centros rurales de salud. En Brasil el consumo del 20% más rico es 33 veces mayor que el del 20% más pobre de la población, y la brecha entre ricos y pobres sigue creciendo. El 47% de la producción mundial de cereales se usa para alimentar animales. La misma cantidad de grano podría alimentar a más de 2.000 millones de personas. En Brasil el área sembrada de soya podría alimentar a 40 millones de habitantes si se sembrara de maíz y fréjol. Los seis principales mercaderes mundiales de granos controlan el 90% de su comercio, mientras que sólo durante la década de los 1980 varios millones de personas han muerto de hambre en la región de Sahel a consecuencia de hambrunas. La selva tropical húmeda suministra cerca del 42% de la biomasa vegetal y del oxígeno del planeta; 600 mil hectáreas de bosque se destruyen cada año en México y otras 600 mil corren la misma suerte en Colombia. La cantidad de café que los países productores debieron exportar para obtener un barril de petróleo se duplicó entre 1975 y 1982. Los trabajadores de las industrias textil y electrónica del Tercer Mundo ganan hasta veinte veces menos que sus homólogos de Europa occidental, Estados Unidos o Japón, por hacer el mismo trabajo con similar productividad. Desde la crisis latinoamericana de la deuda externa en 1982, los deudores del Tercer Mundo han abonado a sus acreedores un promedio de US$ 30 mil millones más cada año de lo que han recibido en nuevos préstamos. En el mismo periodo, el alimento disponible para los pobres del Tercer Mundo ha disminuido en cerca del 30%. Un dato más: la gran mayoría de las más de 150 guerras sufridas por el mundo desde 1945 han tenido lugar en el Tercer Mundo, como reflejo de las confrontaciones entre las superpotencias. Incluso las que surgen desde el final de la guerra fría siguen reflejando los efectos de la lucha por el poder entre las naciones industrializadas.

Las estadísticas cuentan historias. Son tecnorrepresentaciones dotadas de complejas historias culturales y políticas. Dentro de las políticas de representación del Tercer Mundo, estadísticas de este tipo funcionan para arraigar el discurso del desarrollo, con frecuencia a pesar de la intención política de quienes las utilizan. Sin embargo, uno debería ser capaz de realizar una lectura diferente de estas cifras: no la lectura que reproduce la fábula de las poblaciones necesitadas de desarrollo y ayuda, ni la interpretación reduccionista de sus cifras en términos de necesidades urgentes que requieren la "liberación", a cualquier precio, de los pobres de su sufrimiento y miseria. Tal vez ni siquiera la narrativa de la explotación del Sur por el Norte, en las formas en que esta historia se contaba hasta hace una década; más bien, uno debería ser capaz de analizar el conteo en términos de consecuencias políticas, la manera en la que refleja la construcción de subjetividades, la formación de la cultura y la construcción del poder social, incluyendo lo que las cifras revelan acerca de la plusvalía material y el consumo simbólico en aquellas partes del mundo que se consideran desarrolladas. Tampoco la lectura perversa, finalmente, del Fondo Monetario Internacional —al insistir en "medidas de austeridad" para el Tercer Mundo, como si la mayoría de la gente del Tercer Mundo hubiera conocido algo distinto de la austeridad material como hecho fundamental de su existencia cotidiana—, sino una conciencia renovada del sufrimiento de muchos, del hecho de que «el mundo moderno, incluyendo al Tercer Mundo modernizado, se erige sobre el sufrimiento y la opresión de millones» (Nandy 1989).

El Tercer Mundo y la política de la representación

"Hoy haremos algo que tocará su vida". Este lema de Union Carbide cobró irónico realismo después del escape de gas de diciembre de 1984 en Bhopal (India), que afectó a 200 mil personas y mató por lo menos a cinco mil. Bhopal no es sólo un recordatorio de la conexión entre las alternativas y el poder de algunos y las oportunidades de otros, conexión firmemente establecida por la economía global con una apariencia fatal de normalidad. Como ha sugerido Visvanathan (1986), Bhopal también es una metáfora del desarrollo como desastre que exige olvidar a las víctimas y sentencia que una comunidad que no logra desarrollarse es obsoleta. Toda una estructura de propaganda, censura y amnesia se orquestó para Bhopal desde la ciencia, el gobierno y las corporaciones que dieron paso al lenguaje de la compensación como única vía de expresión de la ira y la injusticia, y aún la compensación fue más que precaria. Si, como en las hambrunas sahelianas, los afectados no pueden adaptarse al lenguaje del mercado, de la salvación (por los *marines* norteamericanos o las tropas internacionales), y la esperanza cristiana semisecular, tanto peor para ellos. En estos casos, las miradas clínica, empresarial y militar aúnan esfuerzos para poner en marcha operaciones supuestamente benéficas e higiénicas para el bien de la Humanidad (con H mayúscula, la de Hombre moderno). *Restore Hope*, *Desert Storm*,[1] Panamá y Grenada son signos del llamado nuevo orden mundial.[2]

El discurso del desarrollo ha sido el agente principal y más ubicuo de la política de la representación y de la identidad en gran parte de Asia, África y América Latina en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial. Asia, África y América Latina han presenciado una sucesión de regímenes de representación, originados en el colonialismo y la modernidad europea pero a menudo asimilados a proyectos nacionales en América Latina después de la independencia y en África y Asia después de la colonia, cada una con su régimen concomitante de violencia. Como lugares de encuentro y supresión de las culturas locales, de la mujer, la identidad y la historia, dichos regímenes de representación son lugares de origen de la violencia (Rojas 1994). Como régimen de representación de este tipo, el desarrollo ha estado ligado a una economía de la producción y el deseo, pero también de las fronteras, la diferencia y la violencia. Con seguridad que esta violencia también es mimética y es fuente de autoformación. El terror y la violencia circulan y se convierten, ellos mismos, en espacios de producción cultural (Girard 1977, Taussig 1987). Pero la violencia modernizada introducida con el colonialismo y el desarrollo es

en sí misma fuente de identidad. Desde la voluntad civilizadora del siglo XIX hasta hoy, la violencia ha sido engendrada a través de la representación.

La propia existencia del Tercer Mundo ha sido de hecho disputada, administrada y negociada alrededor de esta política de la representación. Como efecto de las prácticas discursivas del desarrollo, el Tercer Mundo es una realidad disputada cuyo estatus actual se encuentra bajo escrutinio y negociación. Para algunos, el Tercer Mundo «puede convertirse en símbolo de la responsabilidad intelectual planetaria [...] puede leerse como un texto de supervivencia» (Nandy). Luego del fallecimiento del Segundo Mundo, el Primer y el Tercer Mundo tienen que realinearse y hallar el espacio para ordenarse. Pero resulta evidente que el Tercer Mundo tiene que convertirse en el otro del Primero, con más intensidad todavía.[3] «Para sobrevivir, el "Tercer Mundo" ha de tener necesariamente connotaciones negativas *y* positivas: negativas al observarlo en un sistema de rango vertical [...] positivas al entenderlo sociopolíticamente como fuerza subversiva, "no alineada"» (Trinh 1989). El término continuará teniendo vigencia por algún tiempo, porque sigue siendo una construcción esencial para quienes están en el poder. Pero también puede ser objeto de reimaginaciones diferentes. «El Tercer Mundo es lo que mantiene vivas las posibilidades de ser rechazadas del Primer y el (anteriormente) Segundo Mundos. [...] Antes de avizorar la civilización global del futuro, debemos asumir la responsabilidad de crear un espacio al margen de la actual civilización global para una ecología política del conocimiento que sea plural y novedosa» (Nandy). Sin embargo, como lo veremos, el Tercer Mundo no debería considerarse de ninguna manera como un reservorio de "tradiciones". Los seres del Tercer Mundo son diversos y múltiples, incluyendo algunos que se vuelven cada vez más ilegibles respecto de cualquier lenguaje conocido de la modernidad, dada la creciente fragmentación, polarización, violencia y transformación que están apoderándose de diversos grupos sociales en varias regiones.[4] También es posible, incluso probable, que otras identidades radicalmente reconstituidas emerjan de algunos de los espacios atravesados por las fuerzas y las tensiones más desarticuladoras. Pero es demasiado pronto para imaginar siquiera las formas de representación que tal proceso podría promover. Más bien, en el presente parecemos prestar atención a formas de resistencia al desarrollo que son más claramente legibles, y a la reconstrucción de los órdenes culturales que podrían estar sucediendo en los grupos populares y los movimientos sociales.

Desde mediados y finales de los 1980, por ejemplo, ha surgido un cuerpo de trabajo relativamente coherente que reivindica el rol de los movimientos de base, el conocimiento local y el poder popular en la transformación del desarrollo. Los representantes de esta corriente declaran no estar interesados en alternativas de desarrollo sino en alternativas al desarrollo, es decir, el rechazo del paradigma completo. A pesar de diferencias significativas, los miembros de este grupo comparten ciertas preocupaciones e intereses:[5] interés en la cultura y el conocimiento locales; una mirada crítica a los discursos científicos establecidos; y, la defensa y promoción de movimientos de base locales y pluralistas. La importancia e impacto de tales movimientos está lejos de ser clara, aunque, para usar la expresión de Sheth (1987), proporciona un campo para la búsqueda del "desarrollo alternativo como práctica política". Mas allá, a pesar de y en contra del desarrollo: son metáforas que numerosos autores del Tercer Mundo y los movimientos de base utilizan para imaginar alternativas al desarrollo y "marginalizar la economía", otra metáfora que habla de estrategias para contener la economía occidental como sistema de producción, de poder y de significación.

Los movimientos de base que surgieron en oposición al desarrollo durante los 1980 pertenecen a formas novedosas de acción colectiva y movilización social que caracterizaron esa década. Algunos afirman que esos movimientos cambiaron significativamente el carácter de la cultura y la práctica políticas

(Laclau y Mouffe 1985, Escobar y Álvarez 1992). La resistencia al desarrollo fue una de las maneras en que los grupos del Tercer Mundo intentaron construir nuevas identidades. Lejos de los supuestos esencializantes de la teoría política anterior (por ejemplo, que la movilización se basaba en la clase, el género o la etnia como categorías fijas), dichos procesos de construcción de identidad se hicieron más modestos, móviles y flexibles, fundamentados en articulaciones tácticas surgidas de las condiciones y prácticas de la vida diaria. En la misma medida, tales luchas fueron fundamentalmente culturales. Algunas de sus formas y estilos de protesta continuarán durante los 1990.

Imaginarse el final del desarrollo como régimen de representación suscita todo tipo de interrogantes sociales, políticos y teóricos. Empecemos con el último aspecto recordando que el discurso no está constituido sólo por palabras y que las palabras no son «viento, un susurro exterior, un batir de alas que uno tiene dificultad en oír en el asunto serio de la historia» (Foucault 1972). El discurso no es la expresión del pensamiento. Es una práctica, con condiciones, reglas y transformaciones históricas. Analizar el desarrollo como discurso es «mostrar que hablar es hacer algo, algo distinto de expresar lo que uno piensa, mostrar que agregar una frase a una serie de frases preexistentes es ejecutar un gesto costoso y complicado». [...] Por ejemplo, mostramos cómo las nuevas afirmaciones acerca de la mujer y la naturaleza son "gestos costosos" de este tipo, maneras de producir cambio sin transformar la naturaleza del discurso en su conjunto.

Para decirlo de otra manera, pensar en modificar el orden del discurso es una cuestión política que incorpora la práctica colectiva de actores sociales y la reestructuración de las economías políticas de la verdad existentes.[6] En el caso del desarrollo, podría requerir apartarse de las ciencias del desarrollo en particular y hacer una crítica de los modos convencionales del saber occidental para dar cabida a otros tipos de conocimiento y experiencia.Esta transformación demanda no sólo un cambio de ideas y lenguaje sino también la formación de núcleos a cuyo alrededor puedan converger nuevas formas de poder y conocimiento. Dichos núcleos pueden aparecer "en serie".[7] Los movimientos sociales y las luchas contra el desarrollo pueden contribuir a la formación de núcleos de relaciones sociales problematizadas en torno a las que pueden surgir novedosas producciones culturales. El principal requerimiento de una transformación más duradera en el orden del discurso es la ruptura de la organización básica del discurso; vale decir, la aparición de nuevas reglas para la formación de afirmaciones y visibilidades. Ello puede implicar o no nuevos objetos y conceptos; puede estar marcado por la reaparición de conceptos y prácticas hace tiempo descartadas (los nuevos fundamentalismos ilustran este punto); puede ser un proceso lento pero también puede ocurrir con relativa rapidez. Esta transformación dependerá también de cómo las nuevas situaciones históricas, como la división social del trabajo basadas en alta tecnología, alteren lo que pueda ser constituido en objeto de discurso, al igual que de la relación entre el desarrollo y otras instituciones y prácticas sociales, como el Estado, los partidos políticos y las ciencias sociales.

Los retos al desarrollo se multiplican, a menudo en relación dialéctica con los intentos fragmentarios de control inherentes a los regímenes posfordistas de representación y acumulación. El posfordismo conecta o desconecta selectivamente de la economía mundial a regiones y comunidades. A pesar de ser siempre parcial, la desconexión presenta con frecuencia oportunidades atractivas desde la perspectiva de los pobres. Algo de esto está pasando en las así llamadas economías informales del Tercer Mundo (esta denominación es un intento de la cultura económica por mantener su dominio sobre las realidades que existen o surgen en sus fronteras). A medida que las comunidades locales de Occidente y el Tercer Mundo luchan por su incorporación a la economía mundial, todavía tienen que desarrollar prácticas más creativas y autónomas que puedan re-

sultar más conducentes a la renegociación de la clase, el género y las relaciones étnicas en los niveles locales y regionales.

El proceso de deconstruir el desarrollo es, sin embargo, lento y doloroso, y no existen soluciones o recetas fáciles. Desde Occidente es mucho más difícil percibir que el desarrollo es al tiempo autodestructivo y que está siendo desmontado por la acción social, aunque continúe destruyendo a la gente y la naturaleza. La dialéctica tiende aquí a estimular otra ronda de soluciones, incluso concebida con categorías más radicales, culturales, ecológicas, político-económicas, y así sucesivamente. No será suficiente. La vacua defensa del desarrollo debe dejarse a los burócratas del aparato de desarrollo y a quienes lo apoyan, como los militares y (no todas) las corporaciones. Toca a los actores sociales críticos, sin embargo, asegurarnos de que la duración de los burócratas y expertos como productores y agentes de sus costosos gestos sea limitada. El desmonte del desarrollo significa inaugurar una discontinuidad respecto de la práctica discursiva de los últimos 40 años, imaginando el día en que no podamos hablar o pensar en los términos que han llevado a 40 años de políticas y programas irresponsables. En algunos lugares del Tercer Mundo esta posibilidad puede ya ser (en algunas comunidades siempre lo ha sido) una realidad social.

Las culturas híbridas y el posdesarrollo en América Latina

Se dice que durante los años 1980 los países latinoamericanos experimentaron las peores condiciones sociales y económicas desde la conquista. Pero esos años también presenciaron formas sin precedentes de movilización colectiva e importantes renovaciones teóricas, en particular en los movimientos sociales y en el análisis de la modernidad y la posmodernidad. La especificidad de las contribuciones latinoamericanas a los análisis de la modernidad nace de dos fuentes principales: la heterogeneidad temporal y social de la modernidad latinoamericana, es decir, la coexistencia —en tiempo y espacio, a pesar de venir de diferentes temporalidades culturales— de formas premodernas, modernas, amodernas e incluso antimodernas, y la urgencia de las cuestiones sociales, junto con una relación relativamente estrecha entre la vida intelectual y la vida social. Esta base de la crítica intelectual se refleja en las formas y productos del análisis, en particular en las siguientes áreas: el enlace de los análisis de la cultura popular con las luchas políticas y sociales, por ejemplo en la literatura dedicada a los movimientos sociales; la disposición a asumir las cuestiones de justicia social y de la construcción de nuevos órdenes sociales desde la óptica de la posmodernidad; una teorización novedosa de lo político y su relación tanto con lo cultural como con la democratización de la vida social y económica; y, la reformulación de la cuestión de la identidad cultural en modos no esencialistas y un gran interés por la relación entre estética y sociedad. El punto de partida es una reinterpretación crítica de la modernidad latinoamericana. En América Latina, «donde las tradiciones aún no se han ido y la modernidad no acaba de llegar», la gente no sabe si «modernizarnos debe ser nuestro objetivo principal según no cesan de decirnos los políticos, los economistas y la publicidad de nuevas tecnologías» (García Canclini 1990). Ni marchando hacia la lamentable erradicación de todas las tradiciones ni avanzando triunfante hacia el progreso y la modernidad, Latinoamérica es caracterizada por un complejo proceso de hibridación cultural que abarca modernidades y tradiciones diversas y múltiples. Esta hibridación, reflejada en las culturas urbanas y campesinas compuestas de mezclas socioculturales difíciles de discernir, «determina la especificidad moderna de América Latina» (Calderón 1988). En esta opinión, por ejemplo, las distinciones entre lo tradicional y lo moderno, lo rural y lo urbano, el arte culto y el masivo y popular pierden mucha de su nitidez y su importancia. Lo mismo pasa con la división intelectual del trabajo, de la antropología como ciencia de las tradiciones persistentes

y de la sociología como estudio de la modernidad avasallante. La hipótesis que surge ya no es la de procesos generadores de modernidad que operan sustituyendo lo tradicional por lo moderno, sino la de una modernidad híbrida caracterizada por continuos intentos de renovación, por parte de múltiples grupos que representan la heterogeneidad cultural de cada sector y cada país.[8]

Los informes de experiencias híbridas exitosas entre grupos populares se han vuelto numerosos. Ellos revelan el tráfico ineludible entre lo tradicional y lo moderno que dichos grupos tienen que practicar, así como la creciente importancia de los archivos visuales transnacionales para la lucha y el arte popular. El uso que hacen los kayapo de cámaras de vídeo y aviones para defender su cultura y sus tierras ancestrales en la selva brasileña ya es legendario. Los campesinos del norte del Perú también combinan, transforman y reinventan elementos ancestrales de la cultura campesina, la cultura urbana moderna y la cultura trasnacional en su proceso de organización política (Starn 1992). El estudio de una semiótica tan compleja de la protesta y del carácter híbrido e inventivo de la vida cotidiana popular plantea interrogantes difíciles a los antropólogos. La pregunta que surge es cómo entender las formas en que los actores culturales, productores culturales, intermediarios y público, transforman sus prácticas ante las contradicciones de la modernidad. Sobra decir que las inequidades en el acceso a las formas de producción cultural continúan, aunque ya no puedan confinarse dentro de los simples términos opuestos de la tradición y la modernidad, de los dominadores y los dominados.

El análisis en términos de culturas híbridas lleva a reconceptualizar numerosas opiniones de aceptación general. Más que verse eliminadas por el desarrollo, muchas "culturas tradicionales" sobreviven mediante su relación transformadora con la modernidad. Resulta más apropiado hablar de la cultura popular como un proceso de invención dirigido al presente que se realiza mediante hibridaciones complejas que penetran en todas las clases, etnias y fronteras nacionales. Además, los sectores populares rara vez intentan reproducir una tradición normalizada. Por el contrario, a menudo demuestran una apertura hacia la modernidad que a veces es crítica, a veces irreverente, e incluso humorística. No es raro que lo que parece práctica o arte genuino revele, en una inspección detallada, la acomodación de tipos de "autenticidad" que hace tiempo han dejado de ser fuente de creatividad cultural. Si continuamos hablando de tradición y modernidad es porque seguimos cayendo en la trampa de no decir nada nuevo, porque el lenguaje no lo permite. El concepto de culturas híbridas ofrece una salida, así sea provisional, para la invención de nuevos lenguajes.[9]

Varias advertencias deben acompañar esta teorización de la cultura popular. Primero, no hay que imaginar que los procesos de hibridación desmontan necesariamente las ya viejas tradiciones de dominación. En muchos casos, el rigor de las condiciones de vida reduce la hibridación a adaptaciones mundanas a condiciones de mercado cada vez más opresivas. La reconversión económica sobredetermina reconversiones culturales que no son siempre felices. Sin embargo, paradójicamente, los grupos con mayor autonomía económica e "inserción" dentro del mercado tienen a veces mejores oportunidades de afirmar con éxito sus modos de vida que aquellos que se apegan a signos de identidad cuya fuerza social se ha visto muy disminuida por condiciones económicas adversas (García Canclini 1990). Lo esencial en estos casos —por ejemplo, en los casos de músicos y artesanos como de tejedores y alfareros que incorporan motivos transnacionales a diseños tradicionales— es el efecto mediador de los elementos nuevos entre lo nuevo y lo familiar, lo local y lo foráneo, cada vez más cercano. Esta hibridación cultural desemboca en realidades negociadas en contextos determinados por tradiciones, capitalismo y modernidad.

La segunda calificación es que el concepto de hibridación de ningún modo debería interpretarse como

el agotamiento del imaginario, de la cosmología y las tradiciones culturales míticas del Tercer Mundo. A pesar de la influencia omnipresente de las formas modernas, la amplia presencia de la magia y el mito en la vida social del Tercer Mundo es todavía muy significativa, como continúan evidenciándolo escritores y artistas. Como sugiere Taussig , la vitalidad, la magia, la agudeza, el humor y las formas de ver no modernas que persisten entre los grupos populares pueden comprenderse mejor en términos de imágenes dialécticas producidas en contextos de conquista y dominación permanente. En lo cotidiano, estas prácticas populares pueden representar una fuerza contrahegemónica que se opone a los intentos instrumentalizadores y reaccionarios de la iglesia, el Estado y la ciencia moderna por domesticar la cultura popular. Estas prácticas se resisten al ordenamiento narrativo, oscilando entre épocas históricas, lo individual y lo colectivo, la alienación y la inmersión en lo mágico.[10]

Lo anterior también significa que los cruces culturales «frecuentemente incluyen una reestructuración radical de los lazos entre lo tradicional y lo moderno, lo popular y lo culto, lo local y lo foráneo. [...]. Lo moderno explota y se combina con lo que no lo es, se cuestiona y afirma al tiempo» (García Canclini 1990). Podemos estar seguros de algo: la noción de culturas híbridas, como podría sugerirlo una interpretación biológica, no implica la creencia en rasgos puros de la tradición y la modernidad que se combinan para crear un híbrido con esencia nueva; ni se refiere tampoco a la combinación discrecional de elementos de la tradición y la modernidad, o a una "claudicación" de lo tradicional frente a lo moderno. La hibridación implica una (re)creación cultural que puede o no ser (re)inscrita en constelaciones hegemónicas. Las hibridaciones no pueden elogiarse en sí mismas, con seguridad; sin embargo, podrían proporcionar oportunidades de mantener y resolver las diferencias culturales en cuanto hecho social y político. Al efectuar transformaciones en las estrategias normales de la modernidad, contribuyen a la producción de subjetividades diferentes.

Más que la metáfora biológica, las culturas híbridas generan lo que Trinh T. Min-ha (1991) denomina la condición compuesta. Dicha condición, escribe la autora, «no se limita a una dualidad entre dos herencias culturales [...] requiere cierta libertad para modificar, asimilar y volver a asimilar sin caer en la trampa de la imitación». Se trata de una «realidad transcultural entre mundos» que requiere viajar a la vez hacia atrás —en la herencia cultural, en uno mismo, en el grupo social al que se pertenece— y hacia adelante, traspasando los límites sociales hasta llegar a los elementos progresivos de otras formaciones culturales. Nuevamente, es necesario señalar que no hay nada aquí que hable en abstracto de "preservar la tradición". Las culturas híbridas no se refieren a identidades fijas, aunque implican un desplazamiento entre algo que podría tomarse como una presencia constante y duradera (las prácticas culturales existentes) y un elemento que se toma como transitorio, nuevo o en trance de ingresar (un elemento transnacional, por ejemplo). También hay que señalar que de ninguna manera podemos considerar que todo lo que ocurre en el Tercer Mundo es una cultura híbrida, en los términos que acabo de definir. De igual manera, el carácter progresista (o conservador) de las hibridaciones específicas no está dado de antemano; depende de las articulaciones que puedan establecerse con otras luchas y discursos sociales. La labor de la investigación crítica es precisamente aprender a observar y reconocer diferencias culturales híbridas políticamente importantes.

A diferencia de las principales tendencias analíticas de Occidente, la antropología de la modernidad en términos de culturas híbridas no intenta brindar una solución a la filosofía del sujeto y al problema de la razón centrada en el sujeto —como definiera Habermas (1987) el proyecto de los discursos críticos sobre la modernidad desde Nietzsche hasta Heidegger, Derrida, Bataille y Foucault— ni un replanteamiento de la Ilustración, como en el caso de Touraine (1988) y Giddens (1990), o en el caso del proyecto del propio Habermas sobre la razón comunicativa. En el análisis de Habermas (1987), el Tercer Mundo no tiene lugar, porque tarde o temprano se verá transformado por completo por las presiones de la reflexividad, el universalismo y la individuación que definen la modernidad; y porque tarde o temprano su «mundo-vida» quedará completamente racionalizado y sus «núcleos tradicionales» se «reducirán a elementos abstractos» luego de ser articulados y estabilizados completamente por los discursos modernos. En el Tercer Mundo, la modernidad no es «un proyecto inconcluso de Ilustración». El desarrollo constituye un intento postrero y fallido de completar la Ilustración en Asia, África y América Latina.[11]

La antropología latinoamericana de la modernidad retorna la cuestión de la reconstitución de los órdenes sociales mediante la práctica política colectiva. Para algunos, este proceso debe basarse en la creencia de que los latinoamericanos «debemos dejar de ser lo que no hemos sido, lo que nunca seremos, y lo que no tenemos que ser», es decir, estrictamente modernos (Quijano 1990). Frente al deterioro de las condiciones materiales de la mayoría de la población y la creciente hegemonía del neoliberalismo económico y tecnocrático como nuevo dogma de modernidad en el continente, el llamado a resistir la modernización pero reconociendo las culturas híbridas que acogen ciertas formas modernas parece utópico. De hecho, existe un contenido utópico en esta propuesta, pero no sin una teoría de la historia que podría hacerlo posible. Este sentido histórico incluye una teoría cultural que confronta la lógica del capital y la razón instrumental.[12]

Resulta claro que la brecha tecnológica entre los países ricos y los países pobres está creciendo con la reestructuración económica de los años ochenta y el advenimiento de la cibercultura. ¿Debería interpretarse este fenómeno como «otra dependencia»? (Castells y Laserna 1989). ¿La alternativa realmente es entre la renegociación dinámica de la dependencia, que permita que América Latina acceda a la producción de algunas tecnologías nuevas, o la de su mayor marginalización de la economía mundial con la descomposición de sus estructuras económicas y sociales? (Castells 1986; Castells y Laserna 1989). Si es verdad, como lo afirman Castells y Laserna, que el Tercer Mundo está sometido cada vez más a tipos de integración económica cada vez más ligados a mayor desintegración social; que regiones enteras del Tercer Mundo están en peligro (¿es necesariamente un peligro?) de volverse irrelevantes por completo para la economía mundial (marginadas de sus beneficios a pesar de estar integradas a sus efectos); que, por último, todo este estado de cosas parece llevar cierta «perversión sociocultural» y desarticulación política; si, en resumen, todos estos procesos están ocurriendo, ¿puede aceptarse, de acuerdo con los mencionados autores, que la respuesta debería ser «una política capaz de articular la reforma social con la modernización tecnológica en el contexto de la democracia y la participación competitiva en la economía mundial?». ¿O existen otras perspectivas viables, otras maneras de participar en las conversaciones que están remodelando al mundo?

La etnografía, los estudios culturales y la cuestión de las alternativas

Uno de los interrogantes más comunes que se plantean sobre un estudio como éste es su posible contribución a la formulación de alternativas. Ya debería ser claro que no existen grandes alternativas que puedan aplicarse a todos los lugares y todas las situaciones. Pensar en alternativas bajo la modalidad del desarrollo sostenible, por ejemplo, es ubicarse dentro del mismo modelo de pensamiento que produjo el desarrollo y lo sostuvo. Debemos resistirnos al deseo de formular alternativas en el nivel macro y abstracto. También debemos resistirnos a la idea de que la articulación de alternativas tendrá lugar en círculos intelectuales y académicos, sin querer decir con ello que el conocimiento académico no desempeñe un papel en la política del pensamiento alternativo. De hecho, como lo veremos, los tiene.

¿Dónde se halla entonces "lo alternativo"? ¿Qué instancias debemos interrogar acerca de su relación con posibles prácticas alternativas? Una primera aproximación a estos interrogantes es la de buscar prácticas alternativas, en las formas de resistencia de los grupos de base, a las intervenciones dominantes. Este fue el enfoque predominante en la búsqueda de alternativas durante los años 1980, tanto en la antropología como en los análisis críticos del desarrollo, aunque la relación entre la resistencia y las alternativas no estuviera totalmente articulada como tal. Un enfoque diferente, tal vez complementario, puede entreverse en las etnografías que buscaban investigar las formas concretas asumidas por los conceptos y las prácticas del desarrollo y la modernidad en comunidades específicas. Este tipo de investigación podría tomarse como punto de partida para investigar alternativas desde perspectivas antropológicas. En otras palabras, las etnografías sobre la circulación de los discursos y prácticas del desarrollo y la modernidad nos brindan, quizá por primera vez, una visión de la situación en que se encuentran culturalmente estas comunidades en relación con el desarrollo. Esta visión puede tomarse como base para cuestionar las prácticas vigentes en términos de su rol potencial en la articulación de alternativas. Las nociones de modelos y comunidades de modeladores constituyen maneras de adelantar dicha estrategia de investigación.

Dicho en otra forma, la naturaleza de las alternativas como problema de investigación y práctica social puede vislumbrarse mejor desde sus manifestaciones específicas en lugares concretos. En cierto sentido, "lo alternativo" siempre está allí. Desde esta perspectiva, no existe excedente de significado en el nivel local; existen significados que deben interpretarse mediante sentidos, herramientas y teorías nuevas. La deconstrucción del desarrollo, aunada a las etnografías locales que acabo de mencionar, pueden ser elementos clave para un nuevo tipo de visibilidad y audibilidad de las formas de la diferencia y la hibridación cultural que los investigadores no han percibido hasta ahora. Los subalternos sí hablan, aunque la audibilidad de sus voces en los círculos que en "Occidente" discuten y teorizan es tenue, por decir lo menos. Está también la cuestión de la traducibilidad en términos teóricos y prácticos de lo que se alcanza a leer, oír, oler, sentir o intuir en ambientes del Tercer Mundo. Este proceso de traducción tiene que oscilar entre propuestas concretas basadas en las diferencias culturales existentes —con el propósito de fortalecer las diferencias insertándolas en estrategias políticas y experimentos socioeconómicos autodefinidos y autodirigidos— y la apertura de espacios para desestabilizar los modos dominantes del saber, de manera que se disminuya la necesidad de las formas más violentas de traducción. En otras palabras, el proceso debe encarar el reto de ver la teoría como un conjunto de formas de conocimiento en disputa, originadas en diversas matrices culturales, y simultáneamente lograr que dicha teoría fomente intervenciones concretas de los grupos en cuestión.[13]

La crisis de los regímenes de representación del Tercer Mundo exige así nuevas teorías y estrategias de investigación. La crisis es un momento coyuntural en la reconstrucción del nexo entre verdad y realidad, entre palabras y cosas, que demanda nuevas prácticas del ver, el saber y el ser. La etnografía no es en modo alguno el único método de perseguir este propósito; pero dada la necesidad de deshacer y desaprender el desarrollo, y si reconocemos que los elementos cruciales para la búsqueda de alternativas no se encontrarán en los círculos académicos, críticos o convencionales, o en las oficinas de instituciones como el Banco Mundial sino en una nueva interpretación de las prácticas populares y en la reapropiación del espacio de la producción sociocultural por parte de actores populares, entonces tenemos que aceptar por lo menos que la tarea de conceptualizar alternativas debe incluir un contacto significativo con aquellos cuyas "alternativas" deben ser investigadas. Se trata de una posibilidad coyuntural que la investigación etnográfica podría llevar a cabo, con independencia de la disciplina que la oriente.

¿Puede el proyecto de estudios culturales como práctica política contribuir a este proyecto imaginativo? Si es cierto, como propone Stuart Hall (1992), que «los movimientos provocan momentos teóricos», resulta evidente que el movimiento para re-imaginar el Tercer Mundo no ha generado el momento intelectual ni la intención política necesarios para que surja su propio momento teórico. Este momento, además, debe construirse no simplemente como momento perteneciente al Tercer Mundo sino como momento global, el momento de las ciberculturas y la reconstrucción híbrida de los órdenes tradicionales y modernos, el momento de los ámbitos posmoderno y poshumanista (verdaderamente) posibles. El Tercer Mundo puede hacer contribuciones únicas a dichos modelos y esfuerzos intelectuales y políticos, en la medida en que sus culturas híbridas o «formas de ser rechazadas» puedan brindar una perspectiva vital y un sentido de dirección diferentes a las tendencias de la cibercultura que hoy dominan en el Primer Mundo (Escobar 1994). El proyecto cambiante de estudios culturales, su «cierre arbitrario», para usar la expresión de Hall, debe comenzar a tener en cuenta los diversos intentos que existen para re-imaginar el Tercer Mundo.

Algo de esto ya está ocurriendo. Las críticas del desarrollo producidas en el Tercer Mundo comienzan a circular en Occidente. Este aspecto amerita alguna atención, porque genera otros interrogantes importantes, comenzando con el de "qué es Occidente". Como escribe Ashis Nandy, «Occidente está ahora en todas partes, dentro y fuera de Occidente: en las estructuras y en las mentes». A veces hay reticencia para reconocer este hecho en algunos autores del Tercer Mundo que convocan al desmantelamiento del desarrollo, es decir aquellos que siguen viendo tradiciones fuertes y resistencia radical en lugares donde también están sucediendo otras cosas. Pero también hay resistencia en las audiencias académicas del Primer Mundo —especialmente en las audiencias progresistas que quieren reconocer el protagonismo de la gente del Tercer Mundo— para pensar en cómo se apropian y "consumen" voces del Tercer Mundo para sus propias necesidades, ya sea para brindar la diferencia esperada, renovar su esperanza o articular sus proyectos políticos. Si bien es cierto que los intelectuales del Tercer Mundo que van a Occidente debe colocarse autoconscientemente *vis-à-vis* tanto de sus audiencias del Tercer Mundo como de las del Primer Mundo, esto es, respecto de las funciones políticas que asumen, las audiencias europeas y norteamericanas deben ser más autocríticas respecto de sus prácticas de interpretación de las voces del Tercer Mundo. Como sugiere Lata Mani (1989), todos debemos ser más reflexivos en lo que concierne a los modos de saber que se intensifican debido a nuestra ubicación particular (véase también Chow 1992). Esto es doblemente importante porque ya no se trata sólo de que la teoría se produzca en un lugar y se aplique en otro. En el mundo posfordista, los teóricos y las teorías viajan por terrenos discontinuos (Clifford 1989), aunque existen centros dominantes identificables de producción de conocimientos. Pero aun dichos conocimientos están lejos de aplicarse sin modificaciones, asimilaciones y subversiones sustanciales. Si buscáramos una imagen que describiera la producción actual de conocimiento del desarrollo, no utilizaríamos la de centros y periferias epistemológicas, sino la de una red descentralizada de nodos a través de los cuales los teóricos y las teorías mueven, confrontan, comparten y cuestionan el espacio epistemológico.

En el fondo de la investigación de alternativas yace el hecho claro de la diferencia cultural. Las diferencias culturales encarnan —para bien o para mal, cuestión importante para las políticas de investigación e intervención— posibilidades de transformar las políticas de representación, es decir, de transformación de la vida social misma. De las situaciones culturales híbridas o minoritarias pueden surgir otras formas de construir la economía, de asumir las necesidades básicas, de conformarse como grupos sociales. La mayor promesa política de las culturas minoritarias es su potencial para resistir y subver-

tir los axiomas del capitalismo y la modernidad en su forma hegemónica.[14] Por esta razón la diferencia cultural es uno de los factores políticos clave de nuestros tiempos. Estando la diferencia cultural también en las raíces del posdesarrollo, ello convierte la reconceptualización de lo que está pasando con el Tercer Mundo en una labor decisiva. El desmantelamiento del Tercer Mundo, como reto al modelo histórico occidental en el que parece estar cautivo todo el planeta, está en juego.

A pesar de su flexibilidad y sus contradicciones, es evidente que el capital y las nuevas tecnologías no conducen a la defensa de las subjetividades minoritarias, entendiendo aquí la minoría no sólo como etnicidad sino en relación con su oposición a la axiomática del capitalismo y la modernidad. Pero al mismo tiempo todo parece indicar que el resurgimiento y hasta la reconstitución de subjetividades marcadas por tradiciones múltiples son una posibilidad real. La codificación informática de subjetividades en los "etno-espacios" globales no logra borrar totalmente la singularidad y la diferencia. De hecho, descansa cada vez más sobre la producción tanto de homogeneidad como de diferencia. Pero la dispersión de las formas sociales producida por la desterritorialización de la economía de la información dificulta las formas modernas de control. Ello podría brindar oportunidades inesperadas para que los grupos marginales construyan prácticas y visiones innovadoras. Al mismo tiempo, debe reconocerse que esta dispersión ocurre a expensas de las condiciones de vida de un vasto número de personas del Tercer Mundo y, cada vez más, de Occidente mismo. Esta situación debe enfrentarse en muchos niveles: económicos, culturales, ecológicos y políticos.[15]

Grupos populares de muchas partes del Tercer Mundo parecen ser cada vez más conscientes de estos dilemas. Atrapados entre las estrategias convencionales de desarrollo que se niegan a morir, y la apertura de espacios en los albores del capital ecológico y de los discursos de pluralismo cultural, biodiversidad y etnicidad, algunos de ellos responden tratando de crear visiones novedosas de sí mismos y de su mundo circundante. Urgidos por la necesidad de presentar alternativas —a menos que sean devorados por una nueva ronda de desarrollo convencional, avaricia capitalista y violencia— sus estrategias de organización comienzan a girar más y más en torno a dos principios: la defensa de la diferencia cultural, como fuerza transformadora y transformada, no estática, y la valoración de necesidades y oportunidades económicas en términos que no sean solamente los de la ganancia y el mercado. La defensa de lo local como prerrequisito para articularse con lo global, la crítica de la propia situación, valores y prácticas de grupo como manera de clarificar y fortalecer la identidad, la oposición al desarrollo modernizante, y la formulación de visiones y propuestas concretas en el contexto de las restricciones vigentes parecen ser los elementos principales para la construcción colectiva de alternativas que dichos grupos están buscando.[16]

El posdesarrollo y la cibercultura se convierten de este modo en procesos paralelos e interrelacionados en la política de las culturas de finales del siglo XX. Porque lo que espera tanto al Primero como al Tercer Mundo, para quizá trascender finalmente la diferencia, es la posibilidad de aprender a ser humanos en ámbitos poshumanistas (poshumanos y posmodernos). Pero no debemos olvidar que en muchos lugares existen mundos que el desarrollo, todavía hoy y en este instante, se empecina en destruir.

Notas

1 Nombres de campañas militares norteamericanas de los últimos años. (N. de la T.).

2 En términos generales, «los intentos de introducir al lenguaje de la liberación a aquellos que no lo hablan, como precondición para su calificación en lo que los modernos llaman liberación, es una farsa hasta de la normatividad del concepto moderno de liberación. [...] Para los mortales inferiores, constantemente en peligro de "ser liberados" por una minoría del mundo moderno, la resistencia y la disensión hacia las categorías impuestas por el lenguaje dominante es parte de la lucha por la supervivencia» (Nandy 1989).

3 Estoy hablando aquí básicamente del Tercer Mundo geográfico, o Sur, pero también del Tercer Mundo dentro del Primer Mundo. La conexión entre el Tercer Mundo adentro y afuera puede ser importante en términos de estructurar una política de las culturas en Occidente.

4 Tengo en mente, por ejemplo, la descomposición y el colapso profundos de las identidades y las prácticas sociales fomentadas por los dineros de la droga y la violencia relacionada con ella en naciones como Colombia y Perú, o las geografías sociales de muchas urbes del Tercer Mundo, con sus sectores fortificados para los ricos, conectados al ciberespacio por una cantidad creciente de medios electrónicos, y sectores culturalmente erosionados y masivamente pauperizados para los pobres. Estas geografías sociales se parecen cada vez más a escenarios de ciencia ficción del tipo de *Blade Runner*.

5 Entre los miembros más visibles de este grupo están Nandy (1983, 1989); Shiva (1989); Sheth (1987); Visvanathan (1986, 1991); Rahnema (1988a, 1988b); Fals Borda (1984, 1988; Fals Borda y Rahman, 1991); Esteva (1987); y, Parajuli (1991). En Escobar (1992b) pueden encontrarse una bibliografía y un análisis más completo de estos autores.

6 «Un cambio en el orden del discurso», escribió Foucault en la conclusión de *La arqueología del saber*, «no presupone "nuevas ideas", un poco de invención y creatividad, una mentalidad diferente, sino transformaciones de una práctica, tal vez también de prácticas vecinas, y de su articulación común. No he negado —lejos de ello— la posibilidad de cambiar el discurso: he acabado con la soberanía del sujeto al derecho exclusivo e instantáneo a ella».

7 «La sustitución de una formación por otra no ocurre necesariamente en el nivel de las afirmaciones más generales o más fácilmente formalizadas. Sólo un método serial, como el que hoy usan los historiadores, nos permite construir una serie alrededor de un punto único y buscar otras series para prolongar el punto en direcciones diferentes sobre el nivel de otros puntos. Siempre hay un punto en el espacio o en el tiempo en que las series comienzan a separarse y se redistribuyen en un nuevo espacio, y es en este punto donde se presenta un corte. [...] Y cuando aparece una formación nueva, con reglas y series nuevas, nunca ocurre de una sola vez, en una frase o acto de reacción únicos, sino que lo hace como una serie de "módulos" con brechas, rastros y reactivaciones de los elementos anteriores que sobreviven bajo las reglas nuevas» (Deleuze 1988).

8 Aunque existen diferencias significativas entre los autores estudiados en esta sección, todos ellos comparten temas y posiciones. El trabajo del Comité de Política Cultural del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) ha sido clave en el avance de esta línea de investigación. El coordinador del grupo, Néstor García Canclini, ha producido el que es, quizás, el texto más importante al respecto, bajo el poético título de *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Muchos de estos debates se realizan en las revistas *David y Goliath*, publicada por CLACSO en Buenos Aires, y *Nueva Sociedad*, de Caracas. Véanse también García Canclini (ed.) (1987); Bartra (1987); Calderón (ed.) (1988); Quijano (1988, 1990); Lechner (1988); Sarlo (1991); Britto García (1991); Yúdice, Franco y Flores (eds.) (1992). Algunos de estos textos fueron revisados por Montaldo (1991).

9 Teorizaciones relacionadas de la cultura popular han aparecido en Estados Unidos y Europa, principalmente en estudios culturales. Véanse especialmente los trabajos de Certeau (1984), Fiske (1989a, 1989b), Willis (1990) y Angus y Jhally (eds.) (1989).

10 García Márquez apunta que todo lo que ha escrito es estrictamente real. «La vida diaria en América Latina nos muestra que la realidad está llena de cosas extraordinarias. [...] Basta con mirar los periódicos para darse cuenta de que siempre están ocurriendo eventos extraordinarios». Neruda hablaba de México como el último país mágico, lo cual puede aplicarse a muchos lugares del Tercer Mundo.

11 El *tour de force* de Habermas muestra las deficiencias de los varios intentos desde Nietzsche por superar el concepto de razón centrado en el sujeto, apoyándose en la razón misma. Habermas realiza esta crítica para preparar el terreno para su propio intento de superación de la problemática moderna de la razón (acción comunicativa), intento probablemente no menos fallido en términos de los criterios que él mismo aplica a los otros filósofos. Una nota rápida acerca del análisis hecho por Habermas de Foucault: aunque Habermas tiene razón al decir que Foucault no alcanza a brindar un análisis completamente claro de la genealogía de lo social, la noción de Foucault (1986) de las «problematizaciones de la verdad» (juegos de verdad y poder) como fuente de configuraciones específicas de la vida social no implica situar al poder como un trascendental que llega desde un lugar indefinido, como Habermas se lo atribuye a Foucault. La noción de un «campo de discursividad» de Laclau y Mouffe del cual emerge toda realidad social a través de articulaciones —derivada de una reformulación de Foucault sobre

Poder, medios y esfera pública

las formaciones discursivas— y la interpretación que hizo Deleuze sobre Foucault en términos de conceptos matemáticos como estratos, doblamientos, topología, y lo externo también dan una idea sobre las fuentes del poder.

12 «Utopía es lo que conecta la filosofía con su época [...] es con la utopía como la filosofía se vuelve política, llevando hasta sus extremos la crítica de la época» (Deleuze y Guattari 1993).

13 Ésta es una cuestión difícil, que oscila entre el intervencionismo irreflexivo basado en la creencia de que uno puede "liberar" a otros, de un lado y, de otro, el hecho de ignorar totalmente el rol del trabajo intelectual en la vida social. Existe también el peligro, como lo señala Bell Hooks, de que «los estudios culturales se conviertan fácilmente en espacio para los informantes». Para Hooks, sólo un intercambio significativo entre el crítico y la gente sobre quien escribe «asegurará que [los estudios culturales] sean un espacio que permita la intervención crítica».

14 «La respuesta de los Estados, o de la axiomática, puede ser obviamente conceder a las minorías autonomía regional, federal o estatutaria, es decir, agregar axiomas. Pero ése no es el problema: dicha operación consiste solamente en interpretar a las minorías como conjuntos o subconjuntos enumerables, para que entren como elementos de la mayoría, y poder contados como parte de ella. [...] Lo propio de la minoría es afirmar el poder de lo innumerable, aunque la minoría esté compuesta por un solo miembro. Esta es la fórmula de las multiplicidades» (Deleuze y Guattari 1987).

15 Una discusión de algunas de estas cuestiones aparece en los visionarios artículos escritos por Félix Guattari en sus últimos meses de vida. En ellos, Guattari introdujo la noción de ecosofía, una perspectiva ético política de la diversidad y la alteridad que exige transformaciones sociales, científicas, psicológicas, ecológicas y económicas. El autor habla de la necesidad de «construir nuevas tierras transculturales, transnacionales y transversalistas, y valorar los universos liberados de la seducción del poder territorializado» como única forma de superar la problemática planetaria actual.

16 Tengo en mente, por ejemplo, la organización de las comunidades negras en la costa pacífica colombiana. Estas comunidades están enfrentadas a crecientes fuerzas destructivas para su cultura y para el bosque tropical en que viven. Su movimiento social se articula en relación con varios procesos que incluyen: grandes planes estatales de "desarrollo sostenible"; proyectos para la conservación de la casi legendaria biodiversidad de la región; presiones capitalistas por el control de la tierra; la integración del país en las economías de la Cuenca del Pacífico; y, la apertura política en defensa de los derechos, los territorios y las culturas de las minorías.

Bibliografía citada

Castells, Manuel; Laserna, Roberto. (1989). "La nueva dependencia: cambio tecnológico y reestructuración socioeconómica en Latinoamérica". *David y Goliat: revista del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales*, N. 55

Escobar, Arturo (1992b). "Reflections on 'Development': Grassroots approaches and Alternative Politics in the Third World" en *Futures*, 24 (5).

Escobar, Arturo y Álvarez, Sonia E. (eds.) (1992). *The making of Social Movements in Latin America: Identity, Strategy and Democracy*. Boulder, Westview Press.

Esteva, Gustavo (1987). "Regenerating people's space"en *Alternatives*, 12 (1).

Fals Borda, Orlando (1984). *Revistencia en el San José*. Bogotá, Carlos Valencia Editores.

Fals Borda, Orlando (1988). *Knowledge and People's power*. Delhi, Indian Social Science Institute.

Fals Borda, Orlando y Rahman, Anisur (eds.) (1991) *Action and Knowledge: Breaking the Monopoly with Participatory Action-Research*. New York, Apex Press.

Foucault, Michel (1972). *The Archeology of Knowledge*. New York, Harper Colophon Books.

Girard, René (1977). *Violence and the Sacred*. Baltimore, Johns Hopkins University Press.

Laclau, Ernesto y Mouffe, Chantal (1985). *Hegemony and Socialist Strategy*. London, Verso.

Nandy, Ashis (1983). *The intimate Enemy: Loss and Recovery of Self under Colonialism*. Delhi, Oxford University Press.

Nandy, Ashis (1989). "Shamans, Savages and the Wildeness: On the Audibility of Dissent and the Future of Civilizations" en *Alternatives*, 14 (3).

Parajuli, Pramod (1991). "Power and Knowledge in Development Discourse" en *International Social Science Journal*, 127.

Rahnema, Majid (1988a). "Power and Regenerative Processes in Micro-Spaces" en *International Social Science Journal*, 117.

Rahnema, Majid (1988b). "On a New Variety of AIDS and Its Pathogens: Homo Economicus, Development and Aid" en *Alternatives*, 13 (1).

Rojas de Ferro, María Cristina (1994). "A political economy of violence". Tesis de doctorado. Ottawa, Carleton University.

Sheth, D. L. (1987). "Alternative Development as Political Practice" en *Alternatives*, 12 (2).

Shiva, Vandana (1989). "Staying Alive. Women, Ecology and Development" en *The Ecologist*, 22 (1).

Taussig, Michael (1987). *Shamanism, Colonialism and the Wild Man*. Chicago, University of Chicago Press.

Trinh T. Minh-ha (1989). *Woman, Native, Other*. Bloomington, Indiana University Press.

Visvanathan, Shiv (1986). "Bhopal: The Imagination of a Disaster" en *Alternatives*, 11 (1).

Visvanathan, Shiv (1991). "Mrs. Bruntland's Disenchanted Cosmos" en *Alternatives*, 16 (3).

Dilemas de las estrategias de campaña

Extracto de *Intervenciones en salud pública: valores y dilemas éticos*

Nurit Guttman

l dilema de la persuasión

El dilema de la persuasión se refiere a dos preocupaciones que representan las dos caras de una misma moneda. La primera se refiere a las capacidades persuasivas que podrían vulnerar la autonomía de las personas. La segunda, a si la intervención cumple con el imperativo ético de hacer lo más posible en favor de la audiencia prevista, mediante la aplicación de las tácticas más persuasivas para ayudar a la gente a aceptar los mensajes con recomendaciones para la salud.

¿Hasta qué punto se justifica que se usen estrategias persuasivas para que la intervención logre los efectos deseados en la promoción de la salud?

El dilema en lo concerniente a la ética del potencial manipulador de la persuasión está a menudo presente, aunque no siempre reconocido, en muchas —si no todas— las intervenciones en comunicación pública (Witte 1994). Ya que su meta normalmente es influir en las creencias o comportamientos de las poblaciones objetivo, con frecuencia se emplean estrategias de persuasión y *marketing* social.[1] En última instancia, el objetivo de estas estrategias de intervención, como señala Witte, es conseguir que las personas practiquen lo que quienes hacen la intervención consideran comportamientos que fomen-

Escobar, Arturo (1998). En *La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*. Bogotá, Editorial Norma. Publicado en inglés en *Encountering Development. The Making and Unmaking of the Third World*. New Jersey, Princenton University Press, 1995. Reproducción autorizada por el autor.

El pensamiento único

Ignacio Ramonet

Atrapados. En las democracias actuales, cada vez son más los ciudadanos que se sienten atrapados, empapados en una especie de doctrina viscosa que, insensiblemente, envuelve cualquier razonamiento rebelde, lo inhibe, lo perturba, lo paraliza y acaba por ahogarlo. Esta doctrina es el pensamiento único, el único autorizado por una invisible y omnipresente policía de la opinión.

Tras la caída del muro de Berlín, el desfonde de los regímenes comunistas y la desmoralización del socialismo, la arrogancia, la altanería y la insolencia de este nuevo evangelio se extiende con tal intensidad que podemos, sin exagerar, calificar este furor ideológico de moderno dogmatismo.

¿Qué es el pensamiento único? La traducción en términos ideológicos con pretensión universal de los intereses de un conjunto de fuerzas económicas, en particular las del capital internacional. Ha sido, por así decirlo, formulada y definida desde 1994, con ocasión de los acuerdos de Bretton Woods. Sus fuentes principales son las grandes instituciones económicas y monetarias —Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y de Comercio, Comisión Europea, Banco de Francia, etc.—, que, mediante su financiación, vinculan al servicio de sus ideas, a través de todo el planeta, numerosos centros de investigación, universidades, fundaciones [...] las cuales perfilan y expanden la buena nueva en su ámbito.

Este discurso anónimo es retomado y reproducido por los principales órganos de información económica, y particularmente por las «biblias» de los inversores y bolsistas —*The Wall Street Journal, The Financial Times, The Economist, Far Eastern Economic Review, Les Echos, Reuter*, etc.—, propiedad, con frecuencia, de grandes grupos industriales o financieros. Desde diferentes ámbitos, las facultades de ciencias económicas, periodistas, ensayistas, personalidades de la política [...] retoman las principales consignas de estas nuevas tablas de la ley y, a través de su reflejo en los grandes medios de comunicación de masas, las repiten hasta la saciedad. Sabiendo con certeza que, en nuestras sociedades mediáticas, repetición equivale a demostración.

El primer principio del pensamiento único es tan potente que un marxista distraído no lo cuestionaría: la economía supera a la política. A partir de este principio, un instrumento tan importante en manos del poder ejecutivo como el Banco de Francia ha sido, sin oposición destacable, convertido en independiente en 1994 y, de alguna forma, «dejado a salvo de las contingencias políticas». «El Banco de Francia es independiente, apolítico y apartidista», afirma en efecto su gobernador, Jean-Claude Trichet, que añade, sin embargo: «Nosotros pedimos la reducción del déficit público » (y) «perseguimos una estrategia de moneda estable». ¡Como si esos dos objetivos no fueran políticos!

En nombre del realismo y del «pragmatismo » —que Alain Minc formula de la siguiente forma: «El capitalismo no puede desfondarse, es el estado natural de la sociedad. La democracia no es el estado natural de la sociedad. El mercado sí»—, la economía es situada en el puente de mando. Una economía desembarazada, como es lógico, del obstáculo de lo social, una suerte de ganga patética cuya pesadez sería motivo de regresión y crisis.

Los otros conceptos clave del pensamiento único son conocidos: el mercado, ídolo cuya «mano invisible corrige las asperezas y disfunciones del capitalismo» y, muy especialmente, los mercados financieros, cuyos «signos orientan y determinan el movimiento general de la economía»; la concurrencia y la competitividad, que «estimulan y dinamizan las empresas, conduciéndolas a una permanente y benéfica modernización »; el librecambio sin limitaciones, «factor del desarrollo ininterrumpido del comercio y, por tanto, de nuestras sociedades »; la mundialización, tanto de la producción manufacturera como de los flujos financieros; la división internacional del trabajo, que «modera las reivindicaciones sindicales y rebaja los costes salariales»; la moneda fuerte, «factor de estabilización »; la desreglamentación, la privatización; la liberalización, etc. Siempre «menos Estado», un arbitraje constante a favor de las rentas del capital en detrimento de las del trabajo. Y la indiferencia respecto del coste ecológico. La repetición constante en todos los medios de comunicación de este catecismo por parte de casi todos los políticos, tanto de derecha como de izquierda, le confiere una carga tal de intimidación que ahoga toda tentativa de reflexión libre, y convierte en extremadamente difícil la resistencia contra este nuevo oscurantismo.

Se acabará considerando de alguna forma que las decenas de millones de desempleados europeos, el desastre urbano, la precarización general, la corrupción, los suburbios en llamas, el saqueo ecológico, el retorno de los racismos, de los integrismos y de los extremismos religiosos y la marea de los excluidos son simples espejismos, alucinaciones culpables, discordantes de forma extremista en el mejor de los mundos, que construye, para nuestras conciencias anestesiadas, el pensamiento único.

Ramonet, Ignacio (1995). "La pensée unique" en *Le Monde Diplomatique*, enero. Reproducción autorizada por el autor.

tan la salud. Las iniciativas para hacer el bien y convencer al público de los beneficios de adoptar ciertos comportamientos o de evitar otros, por lo tanto, a menudo incluyen estrategias persuasivas para suscitar ansiedad o temor y facilitar la persuasión. Witte sostiene que los investigadores y profesionales de la comunicación en salud pública son diestros en el uso de estrategias persuasivas (por ejemplo, cuánta y qué tipo de información usar acerca de un tema en particular, cómo ordenarla) para manipular las percepciones de las personas. Esto suscita una preocupación respecto del uso de las tácticas manipuladoras o persuasivas que, por definición, vulneran los derechos de autonomía y autodeterminación de los individuos. Otra causa de preocupación es el paternalismo o la creencia de que ciertos expertos o profesionales saben qué es lo mejor para ciertos miembros de la sociedad o el público en general. Aunque estas preocupaciones suelen presentarse en un contexto de profesional del desarrollo-paciente (Bok 1978, Childress 1982, Veatch 1980), también son sumamente pertinentes al contexto de las intervenciones de comunicación en salud pública, ya que éstas constituyen esfuerzos intencionados por conseguir que las personas adopten prácticas de salud percibidas como beneficiosas para ellas o que ayudan a evitar peligros potenciales (Beauchamp 1988, Campbell 1990, Faden 1987). Según el principio del respeto por la autonomía, los promotores de salud deben observar el respeto por sí mismo y la dignidad de cada individuo como un actor libre y autónomo.

El uso de apelaciones persuasivas también plantea una preocupación por la medida en que distorsionan o manipulan la información (tal como profundiza Forester 1993) o por el grado en que dichas estrategias manipuladoras pueden minar el desarrollo de la interlocución, la receptividad y un interés auténtico, que son componentes importantes de una ética de la asistencia (Baier 1993). Asimismo, el uso de la persuasión plantea una preocupación por la legitimidad y el control. Los mensajes persuasivos, para obtener un cambio de actitud y la adopción de los comportamientos apropiados, logran su cometido básicamente mediante el control de las percepciones de la gente, con lo cual limitan sus opciones dentro de una gama más amplia de posibilidades. Tal como nos recuerda Salmon (1989): «En el núcleo de este conflicto se encuentra la tensión fundamental entre el control social y las libertades individuales».

Las iniciativas de *marketing* social emplean, por definición, mecanismos de control social (Laczniak y otros, 1979). En el diseño y la implementación de las intervenciones en comunicación en salud pública hay, por lo tanto, una tensión inherente entre los valores contrapuestos de autonomía y de hacer el bien.

¿Hasta qué punto deben los promotores de salud modelar sus mensajes persuasivos en las técnicas de publicidad o *marketing*, aunque dichas tácticas sean percibidas como las más prometedoras para influir en las actitudes y comportamientos?[2] Los comunicadores pueden justificar los mensajes altamente persuasivos que apelan a las emociones y suscitan temor y culpa sobre la base de su utilidad, especialmente si se fundan en investigaciones que han utilizado las percepciones de los miembros del público objetivo.[3] Cuando se les pregunta qué tipos de mensajes les afectarían o ayudarían a modificar su comportamiento para adoptar la actividad recomendada, los encuestados a menudo sugieren que los encargados de la intervención utilicen tácticas de temor o intimidación.[4] Pero, ¿significa esto que tales mensajes son los óptimos y éticos? Se ha criticado el uso de estrategias persuasivas en el contexto de la publicidad porque pueden usar mensajes manipuladores, engañosos o falaces, preocupaciones agravadas por el hecho de que las campañas publicitarias tienden a dirigirse a poblaciones particularmente vulnerables a sus mensajes.

Esta crítica también se puede hacer a las campañas públicas de comunicación (Pollay 1989). La Sociedad Americana del Cáncer, según sus críticos, usó estadísticas infladas en su esfuerzo por persuadir a las mujeres a tomar medidas para la detección preventiva del cáncer. Los mensajes persuasivos que utilizaron podrían haber aterrado excesivamente a

algunas de ellas, alegan sus críticos. La Sociedad Americana del Cáncer justificó el uso de estas estadísticas diciendo que consideraban que podrían ser eficaces para convencer a las mujeres de adoptar medidas preventivas para una detección temprana (Blakeslee 1992). Por el contrario, Salmon y Kroger (1992) informan que el personal de los Programas Nacionales de Información y Educación sobre el SIDA de Estados Unidos, un organismo de salud patrocinado por el gobierno, decidió sujetarse al principio de lo que consideraban *no hacer daño* y evitar los mensajes que podrían asustar a las poblaciones objetivo.[5] Un anuncio sorprendente hecho por un panel del Instituto Nacional del Cáncer reveló un planteamiento distinto. Dicho panel recomendaba que el Instituto sólo proporcione datos científicos y no haga apelaciones persuasivas para conseguir que las mujeres se hagan mamografías a determinada edad. En lugar de eso, sugería que el Instituto deje que el público llegue a sus propias conclusiones.

Este planteamiento también suscita una disyuntiva ética: ¿Hasta qué punto los promotores de salud están *obligados* a usar estrategias persuasivas que consideran el método más eficaz para lograr las metas de la campaña y cumplir con su cometido de maximizar la salud de la población objetivo? Esta disyuntiva está relacionada con el segundo dilema de la persuasión: la medida en que la intervención utiliza las tácticas más eficaces para difundir mensajes que ayudarán a las personas u organizaciones a adoptar la recomendación, abarca varios aspectos cruciales. En primer lugar, en qué grado tienen los promotores el conocimiento, la capacidad y los recursos para elaborar mensajes apropiados y, en segundo lugar, cuáles son las mejores estrategias para elaborar dichos mensajes: ¿Tienen quienes se encargan de la intervención los recursos para elaborar mensajes y estrategias que puedan efectivamente ser eficaces? ¿Deben utilizar las técnicas de *marketing* actuales y trabajar principalmente con profesionales o adoptar métodos en los que los miembros de la audiencia prevista actúan como socios en igualdad de condiciones en la elaboración de los mensajes?[6]

El dilema de la coerción

¿Es justificable promover reglamentos o políticas restrictivas respecto del comportamiento de las personas con el fin de lograr las metas de salud de la campaña?

El uso de la coerción plantea los mismos tipos de preocupaciones que la persuasión:

> «Los reparos respecto de la moralidad de la coerción, manipulación, artimaña, persuasión y otras formas de inducir el cambio, generalmente implican un conflicto entre los valores de la libertad individual y la autodeterminación, por un lado, y valores como el bienestar social, el progreso económico o la igualdad de oportunidades, por el otro» (Warwick y Kelman 1973).

Uno de los argumentos en favor de las estrategias que restringen o regulan las actividades de las personas u organizaciones o controlan su entorno es que promueven con relativa eficacia el resultado de salud deseado. Tal como afirma McKinlay (1975): «una sola ley de salud eficaz es igual a muchas iniciativas separadas de intervención en salud y los esfuerzos acumulativos de incontables trabajadores de salud durante largos períodos». Por ejemplo, se considera que las leyes relativas a la prohibición de fumar en determinados ambientes es una estrategia que puede tener un impacto mayor en el comportamiento de gran cantidad de gente frente al tabaco que los programas educativos (Glantz 1996). Asimismo, también se puede considerar que las soluciones de tipo ingeniería son relativamente eficaces. Se ha demostrado que rediseñar las vías de tránsito y mejorar la ingeniería de seguridad de los automóviles reducen apreciablemente los accidentes de tránsito y las muertes que causan, independientemente de las acciones de los conductores. Asimismo, se ha demostrado que cambiar los menús del almuerzo de las instituciones educativas o laborales afecta el nivel de consumo de comida de los alumnos o trabajadores (Ellison y otros 1989). A un nivel más macro, normas aplicables a la industria de los alimentos y restricciones respecto de la producción podrían aumentar la probabilidad de que los consumidores compren alimentos con contenidos relativamente bajos de grasas saturadas y libres de contaminantes y, como consecuencia, coman más sanamente. Este tipo de razonamiento se puede considerar como una aplicación del principio de la utilidad o la obligación de maximizar la utilidad de las iniciativas de fomento de la salud entre la mayor cantidad posible de personas (Hiller 1987). Sin embargo, da lugar a reparos en lo que concierne al principio ético de la autonomía individual o del derecho de la gente a no tener restricciones sobre sus elecciones personales. Pese al cuestionamiento respecto de la autonomía, una justificación importante del uso de las estrategias restrictivas, además de su posible utilidad, se funda en el supuesto de que las elecciones de los individuos no son en realidad autónomas, sino que están influenciadas por circunstancias poderosas de orden social y comercial. En nuestra sociedad, explican los proponentes de las estrategias normativas, la gente está rodeada de mensajes persuasivos y entornos contrarios a la salud y, por lo tanto, no es que opte libremente por comportamientos malsanos. Esto justifica el uso de estrategias persuasivas o coercitivas en favor de la salud o la formulación de políticas que restringen las libertades de grupos como aquellos que comercializan determinados productos. Un ejemplo de este método es la restricción en la colocación de máquinas expendedoras de cigarrillos, una estrategia comprobadamente eficaz en la reducción de las ventas de tabaco, especialmente a niños y adolescentes. Otro ejemplo de políticas promotoras de la salud por medio de restricciones sobre el acceso público a un producto es la prohibición de píldoras anticonceptivas que decretó el gobierno japonés, en parte para fomentar el uso de condones y que se justificó parcialmente por ser percibida como una forma de contener la propagación del VIH.

Existen muchos reparos respecto de la ética de los métodos coercitivos, tales como la vulneración de la libre elección de las personas y del libre mercado, que son valores particularmente prominentes en la sociedad occidental. La autonomía del mercado, según sus proponentes, es el método óptimo para la distribución de bienes y para equilibrar el aporte económico y las recompensas económicas. Su restricción impondría restricciones sobre las opciones de la gente y, por tanto, también incidiría en la autonomía individual (Garret y otros 1989). Pero el mercado, sostienen los críticos de esta postura, no ofrece libertad de opción a los individuos o comunidades, porque otros factores socioeconómicos influyen en la distribución de los bienes, los servicios y la riqueza (Beauchamp 1987; Bellah y otros 1985, 1991). Dan Beauchamp sostiene que, en comparación con otros métodos de intervención, las estrategias de imposición promueven el bien público a nivel de la sociedad a la vez que suponen una intrusión mínima a nivel individual, porque los controles se aplican principalmente al mercado. En lugar de imponer restricciones sobre la libertad personal, explica, al controlar los peligros potenciales mediante la acción colectiva y la distribución de las responsabilidades de protección, las políticas de intervención pueden fomentar un sentido de responsabilidad en la comunidad por el bienestar de sus miembros. Aun si adoptamos esta perspectiva, quedan pendientes preguntas respecto de la medida en que se debe impedir que la gente adopte comportamientos percibidos como peligrosos desde la perspectiva del fomento de la salud pero, no obstante, deseados por algunos. ¿Cuáles son los límites? ¿Cuándo debe intervenir la sociedad? ¿Tiene la sociedad la obligación de intervenir cuando el bienestar de una persona está en riesgo por las acciones de esa misma persona (Wikler 1987), o debe intervenir sólo cuando una persona constituye un riesgo para otras, como en el caso de las enfermedades contagiosas?

Las estrategias normativas también se pueden aplicar a los canales que difunden los mensajes de intervención. Puesto que los medios de difusión, aunque se consideren un bien público, se otorgan bajo licencia a organizaciones tanto comerciales como sin fines de lucro, ¿implica esto que las intervenciones deberían poder usar estos medios como canales de

Poder, medios y esfera pública

difusión? Más específicamente, ¿se debe normar a los medios comerciales para que apoyen los mensajes de las intervenciones de salud, o deben las intervenciones pagar por sus anuncios en los medios mediante el uso de impuestos sobre el consumo?

Notas

1 Por ejemplo, en 1992 la estrategia de comunicación del National Cholesterol Education Program (NCEP) señalaba que «no basta con crear mensajes basados en consensos científicos. Es crucial que la audiencia los entienda, les preste atención y pueda actuar en consecuencia. Para lograrlo, los esfuerzos públicos del Instituto Nacional del Corazón, los Pulmones y la Sangre (NHLBI por su sigla en inglés) han aplicado exitosamente estos principios de *marketing* social».

2 No todos los promotores de salud consideran que estas técnicas sean las más efectivas. Véase la crítica de Wallack (1989).

3 Un método común es el de los grupos focales.

4 El Programa Educativo sobre Hipertensión adoptó este enfoque: utilizó mensajes públicos cuyo propósito era generar temor hacia el infarto, basándose en lo que revelaron las entrevistas hechas en los grupos focales. Reportado en *Analysis of High Blood Pressure and Cholesterol Target Audience and Message Test Reports, 1978-1991*, preparado por E. B. Arkin, agosto 1992, para el NHLBI.

5 Aunque en este caso tal vez los planificadores asumieron también que las apelaciones al temor podían no ser efectivas, según los autores. Su utilización fue promocionada como efectiva, por ejemplo por el Programa Educativo sobre Hipertensión del NHLBI en su plan estratégico de comunicación de 1993.

6 Para un tratamiento reciente de los aspectos éticos del uso de los "impuestos al vicio", véase Kahn (1994).

Bibliografía citada

Baier, A. C. (1993). "What do women want in moral theory?" en Larrabee, M. J. (ed.) *An ethic of care: Feminist and interdisciplinary perspectives*. New York, Routledge.

Beauchamp, D. E. (1987). "Life-style, public health and paternalism" en S. Doxiadis (ed.) *Ethical dilemmas in health promotion*. New York, Wiley.

Beauchamp, D. E. (1988). *The health of the republic: Epidemics, medicine, and moralism as challenges to democracy*. Philadelphia, Pennsylvania, Temple University Press.

Bellah, R. N.; Madsen, R.; Sullivan, W. M.; Swidler, A. y Tipton, S. M. (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley, California, University of California Press.

Bellah, R. N.; Madsen, R.; Sullivan, W. M.; Swidler, A. y Tipton, S. M. (1991). *The good society*. New York, Alfred A. Knopf.

Blakeslee, S. (1992). "Faulty math heightens fears of breast cancer" en *The New York Times*, March 15.

Bok, S. (1978). *Lying: Moral choice in public and private life*. New York, Harper & Row.

Campbell, A. V. (1990). "Education or indoctrination? The issue of autonomy in health education" en Doxiadis, S. (ed.) *Ethics in health education*. New York, Wiley & Sons.

Childress, J. F. (1982). *Who shall decide? Paternalism in health care*. New York, Oxford University Press.

Ellison, R. C.; Capper, A. L.; Goldberg, R. J.; Witschi, J. C. y Stare, F. J. (1989). "The environmental component: Changing school food service to promote cardiovascular health" en *Health Education Quarterly*, 16 (2).

Faden, R. R. (1987). "Ethical issues in government sponsored public health campaigns" en *Health Education Quarterly*, 14 (1).

Forester, J. (1993). *Critical theory, public policy, and planning practice: Toward a critical pragmatism*. Albany, Maryland, State University of New York.

Garret, T. M.; Baillie, H. W. y Garret, R. M. (1989). *Health care ethics: Principles and problems*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall.

Glantz, S. A. (1996). "Preventing tobacco use - the youth access trap" en *American Journal of Public Health*, 86 (2).

Hiller, M. D. (1987). "Ethics and health education: Issues in theory and practice" en Lazes, P. M.; Kaplan, L. H. y Gordon, K. A. (eds.) *The handbook of health education*. Rockville, Maryland, Aspen Publishers.

Laczniak, G. R., Lusch, R. F., & Murphy, P. E. (1979). "Social marketing: Its ethical dimensions" *Journal of Marketing, 43* (Spring).

McKinlay, J. B. (1975). "A case for refocusing upstream: The political economy of illness" en A. J. Enelow & J. B. Henderson (eds.) *Applying behavioral science to cardiovascular risk*. Washington D. C., American Heart Association.

Pollay, R. W. (1989). "Campaigns, change and culture: On the polluting potential of persuasion" en Salmon, C. T. (ed.) *Information campaigns: Balancing social values and social change*. Newbury Park, California, Sage.

Salmon, C. T. (1989). "Campaigns for social 'improvement': An overview of values, rationales and impacts" en Salmon, C. T. (ed.) *Information campaigns: Balancing social values and social change*. Newbury Park, California, Sage.

Salmon, C. T. y Kroger, F. (1992). "A system approach to AIDS communication: The example of the National AIDS Information and Education Program" en Edgar, T.; Fitzpatrick, M. y Freimuth, V. S. (eds.) *AIDS: A communication perspective*. Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum.

Warwick, D. P. y Kelman, H. C. (1973). "Ethical issues in social intervention" en Zaltman, G. (ed.) *Processes and phenomena of social change*. New York, Wiley and Sons.

Veatch R. M. (1980). "Voluntary risks to health: The ethical issues" en *Journal of the American Medical Association*, 243 (1).

Wallack, L. M. (1989). "Mass communication and health promotion: A critical perspective" en Rice, R. E. y Atkin, C. K. (eds.) *Public communication campaigns* (2nd ed.). Newbury Park, California, Sage.

Wikler, D. (1987). "Who should be blamed for being sick?" en *Health Education Quarterly*, 14 (1).

Witte, K. (1994). "The manipulative nature of health communication research: Ethical issues and guidelines" en *American Behavioral Scientist*, 38 (2).

Extracto de
El discurso del desarrollo sobre género y comunicación en las estrategias para el cambio social

Karin Gwinn Wilkins

os primeros teóricos de la comunicación para el desarrollo no abordaron explícitamente el papel del género en sus debates sobre los medios de comunicación y la modernidad. Sin embargo, un análisis de sus obras revela presunciones implícitas sobre el papel de los hombres y las mujeres en el proceso del desarrollo. Por ejemplo, el texto clásico de Lerner (1958) que contrasta la vida de un jefe de aldea masculino turco, que representa a los valores tradicionales, con la de un abarrotero masculino que representa la modernidad, relata las vidas de los hombres, mientras que disminuye el papel de las mujeres. Aunque las mujeres no figuran en su análisis, Lerner sí contrató a una entrevistadora femenina, quien fue «escogida [...] por catálogo: en sus treinta, con algo de capacitación, despierta, obediente a las instrucciones, no muy sensual como para entorpecer nuestras relaciones con los hombres de Balgat, pero sí lo suficientemente distinguida como para interesar a las mujeres». No se trata con este ejemplo de aislar el trabajo de Lerner como un caso especial, sino sugerir que los primeros teóricos le restaban importancia al papel de las mujeres en el proceso de desarrollo. El análisis más extenso de Valdivia (1996) sobre el trabajo de los primeros

Guttman, Nurit (2000). En *Public Health Communication Interventions. Values and Ethical Dilemmas*. Sage Publications, Inc. Reproducción autorizada por la editorial.

teóricos del desarrollo confirma un patrón de discurso que minimiza el empleo y la participación de las mujeres en los proyectos de desarrollo y ofrece imágenes mediatizadas de los papeles de género. Las perspectivas tempranas del desarrollo ofuscan las contribuciones económicas de las mujeres, resaltando más bien su papel como reproductoras vulnerables (Escobar 1995, Parpart 1995).

A mediados de la década de 1970 se dio un giro de enfoque hacia "las mujeres en el desarrollo", junto a otras transiciones críticas en el campo de la comunicación para el desarrollo (Rogers 1976, Schramm y Lerner 1976). Una estrategia de "la mujer en el desarrollo" promueve a incluir a las mujeres como un enfoque explícito para el logro de las metas de desarrollo (Dagenais y Piché 1994). A partir de su experiencia en la implementación de un proyecto de "la mujer en el desarrollo", Spronk (1992) explica que los documentos de ese proyecto no sólo articulan las intenciones de los profesionales sino también las expectativas institucionales en cuanto a los beneficiarios y las prácticas apropiadas. En 1975, el proyecto "la mujer en el desarrollo" fue elevado a la agenda global cuando la ONU patrocinó una conferencia en la ciudad de México para inaugurar el Año de la Mujer, que posibilitó la designación de la Década del Progreso de la Mujer (1976 a 1985; Staudt 1990).

Como discurso, "la mujer en el desarrollo" sirve para organizar los principios de la producción de conocimiento sobre las mujeres por estados, instituciones y comunidades (Escobar). El enfoque de "la mujer en el desarrollo" parte de que ésta contribuye activamente a la sociedad a través de su producción económica y reproducción humana (Staudt 1985). Los estudios de Boserup (1970) sobre la importancia de la contribución de las mujeres a la producción agrícola, que tendía a ser mal pagada o no remunerada en absoluto, inspiró un enfoque en el papel de las mujeres como agentes económicos. Este enfoque también apunta a la necesidad de mejorar el acceso de las mujeres a la educación, el empleo y la participación política (Parpart, Valdivia), en tanto condiciones utilizadas por modelos anteriores de modernización tendían a privilegiar al sector masculino. A lo largo de la Década del Progreso de la Mujer, varios estudiosos reconocieron las limitaciones de utilizar a los medios masivos para promover el cambio social, tales como los estereotipos problemáticos de las mujeres en los medios, la falta de empleo para ellas en posiciones de poder en las industrias de los medios y el poco acceso a las tecnologías mediáticas como fuente de información, especialmente entre las mujeres rurales.

Tras la Década de la Mujer, la atención en torno a "la mujer en el desarrollo" gradualmente se desplazó a un interés por el "género y el desarrollo". Este cambio de "mujer" a "género" se hace eco de una comprensión del género como una categoría construida socialmente, en vez de esencializar el sexo como condición biológica (Dagenais y Piché; Parpart; Riaño 1994). El enfoque en el "género y el desarrollo" intenta posicionar a las mujeres como agentes activas del cambio social que están situadas en sistemas sociales y estructurales de patriarcado y poder (Cardinal y otros 1994, Dagenais y Piché). Steeves (1993) hace hincapié en los estudios críticos acerca de la economía política de la comunicación y las aproximaciones participativas al desarrollo (Freire 1983) con el fin de proponer la creación de una comunidad feminista global imaginaria que desafíe las relaciones de poder. Como modelo del cambio social, una aproximación al desarrollo desde el "género y el desarrollo" ubica el poder dentro de condicionamientos normativos y estructurales (Parpart), a diferencia de los anteriores esquemas de desarrollo que se concentraron en la importancia del individuo en el cambio social.

La literatura reciente propone otra transición hacia "feminismos internacionales" (Sreberny-Mohammadi 1996), que reconocen las diferencias transversales de clase, raza y otras categorías sociales (Fernea 1998, Luthra 1996, Mackenzie 1995, Riaño). Al respetar la diversidad transversal de las mujeres, el cambio hacia los feminismos internacionales intenta lograr una identidad colectiva a lo largo de este grupo, como una comunidad imaginada de participantes que buscan cambiar una historia mundial de patriarcado y dominación (Cardinal y otros, Steeves 1987, 1993).

Las instituciones de desarrollo existentes han respondido a los enfoques "de la mujer en el desarrollo" y de "género y desarrollo" creando nuevas estructuras [tales como establecer áreas de "mujer en el desarrollo" en la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por sus sigla en inglés), la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional (ACDI) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)] y estrategias (como articular lineamientos que incorporen a la perspectiva de género), mientras que también se han formado nuevas organizaciones [(tales como el Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), Development Alternatives with Women for a New Era (DAWN), Self-Employed Women's Association (SEWA), Women's International Network (WIN) y Women's International News Gathering Service (WINGS)]. La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas de 1995 y el Foro de Organizaciones No Gubernamentales en Beijing reunieron a más de 30.000 participantes, cinco veces más que la conferencia de 20 años atrás. Pese a la introducción de nuevas estructuras, conferencias, políticas y organizaciones, el énfasis en los programas de mujeres puede estar en decadencia (Dagenais y Piché), limitado por la falta de recursos (Staudt 1990), de mujeres en cargos de alta dirección (Parker y Friedman 1993) y de estereotipos apropiados de género (Ferguson 1990).

Bibliografía citada

Boserup, E. (1970). *Women's Role in Economic Development*. New York, St. Martin's Press.

Cardinal, L. y otros (1994). "Working Towards a Feminist Vision of Development" en Dagenais, H. y Piché, D. (eds.) *Women, Feminism and Development*. Montréal, McGill-Queen's University Press.

Dagenais, H. y Piché, D. (eds.) (1994). *Women, Feminism and Development*. Montréal, McGill-Queen's University Press.

Escobar, A. (1995). *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Ferguson, K. E. (1990). "Women, Feminism, and Development" en Staudt, K. (ed.) *Women, International Development, and Politics*. Philadelphia, Temple University Press.

Fernea, E. W. (1998). *In Search of Islamic Feminism: One Woman's Global Journey*. New York, Doubleday.

Freire, P. (1983). *Pedagogy of the Oppressed*. New York, Continuum.

Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society*. Glencoe Illinois, The Free Press.

Luthra, R. (1996). "International communications instruction with a focus on women" en *Journalism and Mass Communication Educator*, 50 (4).

Mackenzie, F. (1995). "Selective silence: A Feminist Encounter with Environmental Discourse in Colonial Africa" en Crush, J. (ed.) *Power of Development*. New York, Routledge.

Parker, A. R. y Friedman, M. (1993). "Gender and Institutional Change in International Development" en Young, G.; Samarasinghe, V. y Kusterer, K. (eds.) *Women at the Center: Development Issues and Practices for the 1990s*. West Hartford, Connecticut, Kumarian Press.

Parpart, J. (1995). "Post-Modernism, Gender and Development" en Crush, J. (ed.) *Power of Development*. New York, Routledge.

Riaño, P. (ed.) 1994. *Women in Grassroots Communication: Furthering Social Change*. Thousand Oaks, California, Sage.

Rogers, E. (1976). "Communication and Development: The Passing of the Dominant Paradigm" en *Communication Research*, 3 (2).

Schramm, W. y Lerner, D. (eds.) (1976). *Communication and Change: The Last Ten Years—and the Next*. Honolulu, University of Hawaii Press.

Spronk, B. (1992). "Wearing the WID Label: A Case Study of Unease" en Van Esterik, P. y Van Esterik, J. (eds.) *Gen-*

der and Development in Southeast Asia. Montréal, Canadian Asian Studies Association.

Sreberny-Mohammadi, A. (1996). "International Feminism(s): Engendering Debate in International Communications" en *Journal of International Communication*, 3 (1).

Staudt, K. (1985). *Women, Foreign Assistance and Advocacy Administration*. New York, Praeger.

Staudt, K. (1990). "Gender Politics in Bureaucracy: Theoretical Issues in Comparative Perspective" en Staudt, K. (ed.) *Women, International Development, and Politics*. Philadelphia, Temple University Press.

Steeves, H. L. (1987). "Feminist Theories and Media Studies" en *Critical Studies in Mass Communication*, 4 (2).

Steeves, H. L. (1993). "Creating Imagined Communities: Development Communication and the Challenge of Feminism" en *Journal of Communication*, 43 (3).

Valdivia, A. N. (1996). "Is Modern to Male as Traditional is to Female? Re-visioning Gender Construction in International Communications" en *Journal of International Communication*, 3 (1).

Wilkins, K. (1997). "Gender, Power and Development" en *Journal of International Communication*, 4 (2).

Wilkins, Karin Gwinn (1999). "Development Discourse on Gender and Communication in Strategies for Social Change" en *Journal of Communication*, 49. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

El contexto del poder y el poder de los medios

Extracto de *Un nuevo desarrollo de la comunicación para el cambio social*

Bella Mody

Los contextos del poder en una sociedad son económicos, políticos, culturales y tecnológicos. Los cambios en el dominio por parte de un grupo —sea sobre la base del género, la etnicidad, el idioma, la religión, la región o los bienes económicos— son resultado de la lucha continua por los recursos materiales, por ejemplo la tierra, y culturales, por ejemplo cómo vivimos, hablamos y nos comportamos. Los grupos dominantes se valen de todas las herramientas a su disposición, entre ellos el poder de la propiedad de los medios, el financiamiento, la dirección, los valores profesionales, los equipos, la programación y la audiencia, para influir en las formas de pensar de los grupos subordinados de una sociedad específica.

Al escribir sobre tecnología de la comunicación en general (1983, 1988) y sobre los satélites en particular (1987, Mody y Borrego 1991), mi intención fue ofrecer una alternativa al marco tecnológico determinista del discurso académico y normativo sobre el *hardware* de los medios. La idea de que las características de la tecnología tienen una influencia abrumadora sobre los efectos sociales, independientemente de quién la usa y con qué fines, fue acogida por la mayoría de académicos de la comunicación que no tenían formación en el análisis social estructural ni en la praxis del desarrollo. Lo que quise fue que los encargados de formular políticas analizaran la estructura de poder antes de tomar decisiones sobre la adopción de tecnología. De lo que no me percaté es de que simplemente estaba pidiendo a los analistas de las políticas estatales que hicieran lo que los del sector privado ya estaban haciendo: el análisis del contexto como el quid de la gestión estratégica de las empresas (Fahey y Narayanan 1986).

El objeto de este trabajo es histórico, analítico y prospectivo. Describe la investigación estadounidense de la década de 1940, que demostró los efectos limitados de los medios; muestra cómo se ignoraron estos resultados cuando los medios fueron publicitados como la panacea para los países en vías de desarrollo en las décadas de 1950 y 1960; y, documenta la previsible decepción respecto de la contribución de los medios al desarrollo nacional en la década siguiente. Las deficiencias en la producción de programas y la dependencia de los países en vías de desarrollo en la importación de programas extranjeros han terminado en la privatización de la propiedad de los sistemas de medios nacionales, la emisión de programas desde satélites extranjeros y la adaptación local puramente cosmética de programas. El poder de las estructuras de poder fuertemente arraigadas de los países en desarrollo y la impotencia de intervenciones para el cambio social de los medios por sí solos se ejemplifican en una devastadora experiencia del Kheda Communication Project (Proyecto de Comunicaciones Kheda), iniciado por el programa de aplicaciones de tecnología espacial de la India a mediados de la década de 1970. En el contexto actual de los países en vías de desarrollo, más de mil millones de personas todavía viven con menos de un dólar al día.

El mayor poder contextual del mundo es actualmente el capital privado. La ayuda exterior y el Estado-nación están en declive. La diferencia entre los ingresos de los países desarrollados y los de países en desarrollo y al interior de estos últimos es cada vez mayor. Muchos han escrito sobre los medios como un simple complemento de otros aportes al cambio social (por ejemplo, Hornik 1989). En este trabajo estamos de acuerdo en que una estrategia que cuente únicamente con la comunicación para el cambio social está condenada al fracaso, pero por motivos muy elementales: el acceso sostenidamente limitado a los medios, además de la impotencia de los medios para tener por sí solos algún efecto en la complejidad multidimensional del cambio social. Se propone una nueva agenda con miras más amplias para la comunicación en los países en vías de desarrollo, que se asiente en las experiencias de sociedades particulares.

Democracia y comunicación

Extracto de *una entrevista con Armand Mattelart*

A menudo nos encontramos con la perplejidad, la confusión y con el hecho de que el lenguaje que se ha utilizado para analizar y definir la sociedad civil y democrática ha sufrido una cierta perversión semántica.

Todo se vuelve natural. Los cambios se presentan a partir una mirada darwinista. Un anuncio sobre solidaridad sirve para vender un coche. Esta subversión del lenguaje se ha venido produciendo progresivamente desde 1970. Los sectores críticos de la sociedad han sido descompaginados porque han debido pasar de una concepción de la comunicación que tenía como único punto de vista su crítica como si fuera demoníaca, para plantearse cuál debe ser la alternativa democrática a la comunicación y los medios actuales.

La comunicación ya no es sólo los medios, el campo de la comunicación abarca todos los intersticios de la sociedad, lo que para los ciudadanos es difícil de entender.

La penetración de un modo de pensar único sobre la comunicación ha llegado de manera sutil, clandestina, sin que nos diéramos cuenta de que socavaba las bases de la sociedad. Hay fuentes de emisión de esta ideología de la comunicación que es múltiple, como por ejemplo el lenguaje, los conceptos y nociones que utiliza la Unión Europea en sus directivas.

Entrevista publicada originalmente en *Iniciativa Socialista*, 58, otoño 2000. Madrid. Reproducción autorizada por el autor.

El surgimiento de los medios para el campo del desarrollo

El contexto del poder que dio origen al uso estratégico de los medios impresos, la radio y la televisión para el "desarrollo nacional" en los países del Tercer Mundo fue la Guerra Fría (Mody 1997). Estados Unidos y lo que era entonces la Unión Soviética competían por la influencia en el mundo. Si bien no sabemos mucho acerca de cómo utilizaba la ex Unión Soviética la comunicación para que le ayude a ganar amigos e influencia en los países, sí sabemos bastante de la política y la práctica de los Estados Unidos (Samarajiwa 1987, Simpson 1994).

Durante la Segunda Guerra Mundial, muchos de los fundadores del campo de la comunicación en Estados Unidos se dedicaron a la formulación y evaluación de campañas de medios para apoyar a los aliados en la guerra. Daniel Lerner escribió su tesis de doctorado, titulada *Sykewar*, acerca de la guerra psicológica contra Alemania, en 1949. Los estudios clásicos que dieron lugar a la investigación en comunicaciones en Estados Unidos (Lowery y DeFleur 1995) también influyeron en la conceptualización de los medios para el desarrollo. Entre éstos se cuentan los estudios sobre la propaganda de la Segunda Guerra Mundial, los experimentos sobre cambios de actitud de Yale, la investigación de Lazarsfeld en la Universidad de Columbia y los estudios de Iowa sobre difusión.

La División de Información y Educación del Departamento de Guerra de los Estados Unidos contrató a Nathan Maccoby, Carl Hovland, Irving Janis y muchos otros psicólogos para evaluar el impacto de las películas de propaganda *Why We Fight [Por qué peleamos]* difundidas en ese país durante la Segunda Guerra Mundial. Sus experimentos demostraron que las películas podían mostrar hechos, pero que el público los olvidaba en cuestión de semanas; su investigación también demostró que las películas servían todavía menos para cambiar las opiniones y actitudes que para mostrar hechos.

Entre 1946 y 1961, el Programa de Comunicación y Cambio de Actitud de Yale llevó a cabo más de cincuenta experimentos con discursos en vivo y ponencias ilustradas para conocer cómo era posible manipular las ideas, actitudes y comportamientos de la gente modificando quién le dijo qué (y cómo) a quién. Carl Hovland y sus colegas aprendieron las características de un comunicador eficaz, cómo "inocular" al público contra la propaganda y cómo lograr por lo menos un cambio de corto plazo (de tres a cuatro semanas) en las opiniones y actitudes.

A principios de la década de 1940, las encuestas realizadas por Lazarsfeld y sus alumnos de doctorado de la Universidad de Columbia determinaron que el poder de la radio y de los medios impresos estaba limitado por diferencias individuales de personalidad, afiliación a grupos y redes interpersonales. Su estudio sobre el impacto de la campaña para la reelección de Roosevelt concluyó que sólo un ocho por ciento había cambiado de opinión; para la mayoría, el efecto principal de la campaña mediática fue el refuerzo de las opiniones que ya tenían, no el cambio de opinión. La influencia más importante en los votantes fue la interpersonal; el impacto de los medios pasaba por el filtro de las estructuras de poder social y cultural, tales como la familia y los amigos.

En el Iowa rural, Ryan y Gross también descubrieron que la difusión del maíz híbrido entre los agricultores de los alrededores de Ames, Iowa, no mostraba que los medios impresos y la radio fueran particularmente poderosos para informar a los agricultores ni para persuadirlos a adoptar innovaciones. Estos resultados de los estudios clásicos sobre la comunicación (Lowery y DeFleur), realizados en la década de los 1940 en Estados Unidos, demostraron que los programas específicos de medios no eran manipuladores poderosos de nuestros corazones y nuestras mentes en el corto plazo. Los estudios importantes de George Gerbner, que demostraron los efectos de los medios para cultivar valores sociales en el tiempo, no se llevaron a cabo sino hasta mediados de los 1960.

Después de la Segunda Guerra Mundial, algunos periodistas y científicos sociales que trabajaron para el gobierno estadounidense fueron captados por la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (UNESCO), que Estados Unidos había ayudado a establecer, mientras que otros fueron a las universidades. Wilbur Schramm y Daniel Lerner, que pasaron a formar parte de los cuerpos docentes de universidades de Estados Unidos, fueron financiados por la UNESCO, los organismos de ayuda exterior de Estados Unidos y la Voice of America, a cambio de poner las ideas viejas y refutadas sobre el poder de los medios a disposición de los países en vías de desarrollo. Es posible (aunque improbable) que tuvieran razones académicas para creer que la población de los países en vías de desarrollo sería más influenciable que el público estadounidense, o que las estructuras de poder y los agentes de socialización serían más permeables que en Estados Unidos. En retrospectiva, podemos identificar fácilmente los errores, el optimismo infundado, la ingenuidad o la ignorancia de estos académicos tempranos, pero estas críticas promueven el conocimiento teórico.

Daniel Lerner (1958), a quien se atribuye el mérito de haber escrito el primer libro sobre medios y modernización en sociedades en vías de desarrollo, sugirió que éstas utilizan el poder de la prensa, la radio y la televisión como jeringas para inyectar empatía en las personalidades tradicionales de sus ciudadanos y así aumentar su movilidad social. Su modelo de comunicación de crecimiento económico y mayor votación en las elecciones especificó que las personas necesitarían migrar de los pueblos a las ciudades y, una vez en ellas, la alfabetización y los medios masivos las conducirían automáticamente a formas de vida modernas. La información que utilizó sobre ocho países del Medio Oriente (recopilada para un contrato de investigación de audiencias en 1950 del Office of International Broadcasting, que en ese entonces estaba a cargo de la Voice of America) no fue suficiente para probar su propuesta de medios para la modernización. Sin embargo, la idea de Lerner de utilizar los medios para modernizar tomó fuerza en una atmósfera intelectual y un contexto político caracterizados por el trabajo de Walter Rostow (1960) sobre la difusión de la ciencia y la tecnología modernas de Occidente a Oriente como parte de la alternativa no comunista para los países en vías de desarrollo, y el trabajo de David McClelland (1961) sobre la necesidad de inyectar la idea de logro en personalidades tradicionales fatalistas.

Wilbur Schramm (1964), discípulo de la Oficina de Información de Guerra de Estados Unidos, escribió *Mass Media and National Development* mientras trabajaba como consultor de la UNESCO. Este libro, que bien merece la pena leer, difundió la idea infundada de Lerner acerca de los poderosos efectos de los medios en los países en vías de desarrollo. El joven sociólogo Everett Rogers exportó la conceptualización de Ryan y Gross sobre la adopción de innovaciones y el papel de los medios en este proceso, para apoyar la difusión de las actitudes científicas y la tecnología occidentales según las recomendaciones de Rostow. La UNESCO otorgó becas de investigación a Rogers y sus estudiantes de doctorado de Michigan State University, entre ellos a Luis Ramiro Beltrán de Bolivia, Juan Díaz Bordenave de Paraguay y Joseph Ascroft de Malawi, a fin de que aprendieran a utilizar los medios para promover el proceso de difusión de innovaciones en sus propios países.

Más allá del *hardware*

Cuando Lerner y Schramm propugnaron la investigación de medios, no tuvieron en cuenta lo siguiente:

1. El contenido de los medios.
2. El alto costo de la producción de programas.
3. La propiedad y administración de los sistemas de medios (para asegurar el contenido pro social).
4. El acceso a las habilidades de producción (limitado en muchos países).
5. Las preferencias de la clase media y alta por programas de entretenimiento en lugar de programas sobre salud agrícola y educativos.

6. El deseo de la industria de la publicidad de utilizar los medios para transmitir comerciales (limitando así la programación educativa para maximizar la audiencia).
7. La difusión limitada de tecnologías mediáticas (tales como radios, televisores y computadoras personales con conexión a internet).

Los países en vías de desarrollo descubrieron que para aprovechar incluso el limitado poder de los medios para transmitir información se requerían conocimientos especializados en el diseño de mensajes. El contenido del mensaje tenía que ser localmente utilizable, creíble y presentado en un formato que captara la atención del público al que se pretendía llegar. En las décadas de 1970 y 1980, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por su sigla en inglés) trató de subsanar esta falta de conocimientos especializados en los países en vías de desarrollo financiando proyectos en Nicaragua, Kenia y Tailandia, entre otros lugares, que se concentraran en el diseño de contenido didáctico mediante el desarrollo curricular y la investigación formativa sistemática.

La dependencia externa

Fue sólo cuestión de tiempo antes de que los medios impresos, la radio y los canales de televisión, todos con recursos restringidos, recurrieran a la importación de noticiarios y entretenimiento angloamericanos. Sólo un par de años después de que Schramm propugnara el uso de los medios para el desarrollo nacional, Dizard (1966) subrayó los aspectos del contexto internacional que debieron haberse tomado en cuenta como factores, tales como el carácter unidireccional del programa de televisión que sale de los países industrializados hacia los países en vías de desarrollo y el dominio de Hollywood sobre la producción de programas televisivos (véase Guback 1969 para un argumento similar acerca del cine). Schiller (1969, 1973) llamó la atención hacia el proceso general del imperialismo cultural, particularmente desde el punto de vista de los satélites, mientras que Tunstall (1977) declaró que los medios eran estadounidenses. Quince años después de la argumentación inicial de Schramm, Boyd-Barrett (1977) llamó la atención sobre lo que él llamó el proceso del imperialismo de los medios, por el cual su propiedad, estructura, distribución y contenido en un país estaban sujetos a presiones externas de los intereses de los medios más poderosos de otros países, sin una reciprocidad proporcional.

Esta concentración en la dominación externa de los medios fue complementaria a las perspectivas de dependencia económica y cultural del Tercer Mundo que Boyd-Barrett había encontrado en su trabajo en América Latina (véase, por ejemplo, Cardoso y Faletto 1979). Los países del Tercer Mundo tenían menos poder político, económico y cultural que sus ex colonizadores y que Estados Unidos para determinar y poner en ejecución sus propios programas nacionales.

La caída de los medios para el desarrollo

Los países del Tercer Mundo buscaban afanadamente obtener aquellos multiplicadores mágicos de difusión de la información, como prensas, proyectores de cine y estaciones de radio de la USAID y de la UNESCO influenciada por Estados Unidos. Sin embargo, en una década Schramm (1976) y Rogers (1976) estuvieron escribiendo, cada uno por su lado, sobre el decepcionante resultado del poder de los medios para producir el cambio. En una visita a la India, Rogers nos invitó a mi colega y superior, Prakash Shingi, del Indian Institute of Management en Ahmedabad, India, y a mí, a contribuir en su publicación de 1976. Una de las cuatro conclusiones abordaba el poder de la clase media urbana (científicos agrícolas y productores de televisión) en los temas y los guiones de los programas de televisión. Ello tuvo como resultado programas sobre agricultura que no consideraban las necesidades de información ni el alcance del vocabulario de los pequeños y medianos agricultores y menos aún los de los jornaleros sin tierra. Quienes pudieron

adoptar las prácticas científicas occidentales que se presentaban en estos programas fueron los que tenían capital (tierra), educación y poder adquisitivo. En Estados Unidos, los defensores de los medios que habían ignorado la conclusión de que ahí las soluciones provistas por los medios tenían efectos limitados, descubrieron que la población de los países en vías de desarrollo no era en modo alguno más maleable que el público estadounidense. Además, tales defensores no habían tomado en cuenta las influencias de los diversos contextos económicos, políticos y sociales del poder en las sociedades en vías de desarrollo.

Cómo el contexto modifica la influencia de los medios

A principios de la década de 1970 trabajé como investigadora social en el primer proyecto de transmisión directa de televisión por satélite del mundo, el NASA–India Satellite Instructional TV Experiment (SITE) (Mody 1979). Me impactó encontrar en mis primeras visitas a las comunidades a mujeres que me decían que sus condiciones de vida no habían mejorado desde que los británicos habían salido de la India, casi veinticinco años antes. Me dijeron que India todavía era el *raj* (imperio) de alguien. Mis colegas y yo estábamos seguros de que el uso de las cámaras de televisión para dar a conocer las violaciones de las leyes nacionales y los derechos humanos serviría para que ellas hicieran llegar sus voces a las fuentes de poder, lo que habría dificultado que miembros de la casta superior, grandes terratenientes y hombres continuaran explotando a la casta inferior, jornaleros sin tierra y mujeres. La mayoría de nosotros pensamos que el conocimiento servía como poder en todas las situaciones: todo lo que se necesitaba para desmantelar el abuso de casta, clase y género era la mirada severa de los documentales de investigación y el teatro en la televisión local. En ese momento no pensamos en la carencia de un sistema legislativo, judicial y ejecutivo justo y honesto, necesario para apoyar lo que se pone al descubierto por televisión.

El Proyecto de Comunicaciones Kheda —una unidad no comercial del gobierno federal del proyecto SITE de la India— se presentaba como un organismo enfrentado a una estructura de poder agrícola opresiva. Para ejemplificar esta afirmación, me viene a la memoria uno de muchos episodios de hace veinte años. Si bien los detalles pueden haberse perdido, la esencia permanece. Un productor y escritor del noticiario local, llamado *Vaat Thumaaree* (*Su noticiero*), iba todas las mañanas en su automóvil a las comunidades experimentales para grabar incidentes de injusticia y explotación mientras sucedían y transmitirlos la noche misma. El supuesto era que exponer la injusticia de esta manera ayudaría a que la situación se solucionara sin dilación. En un principio, el equipo se centró en incidentes de ineficiencia del gobierno local, como la no reparación de caminos y las escuelas que funcionaban sin profesores. El equipo de televisión entrevistaba en vivo a las víctimas y a continuación a los funcionarios responsables para obtener compromisos y fechas de solución de los problemas identificados. Después de un tiempo razonable, el equipo de filmación volvía a esos lugares para informar si los problemas se habían solucionado según lo prometido. De esta manera, se desacreditaba a los funcionarios ineficientes. A continuación, el equipo de filmación pasaba a los problemas más graves de explotación, como las agroindustrias familiares que no pagaban a su mano de obra el sueldo mínimo establecido por ley. El plan era presentar entrevistas diarias de este tipo en torno a un mismo tema en varias comunidades, de modo que la presión fuera intolerable para los grandes terratenientes infractores y el gobierno distrital local (equivalente a un condado en Estados Unidos) que los protegía. A medida que se mantenía la cobertura diaria, los jornaleros no podían creer que el organismo gubernamental estuviera apoyándolos y enfrentándose a la estructura de poder económico local, y tampoco podían creerlo los poderes económicos. El organismo del gobierno federal —lleno de físicos, productores de televisión y científicos sociales— estaba incursionando frívolamente en el desarrollo rural. Los grandes agricultores comenza-

ron a protestar por medio de cartas al director, un físico, quejándose de que habían sido presentados incorrectamente en su canal local de televisión programado por la agencia espacial. A continuación, hicieron una marcha de protesta al canal de televisión cuando éste no cambió la forma presentarlos.

Las entrevistas televisadas a los trabajadores víctimas de abuso continuaron hasta que se inició la temporada de cosecha. Fortalecidos por la cobertura y por el programa de emergencia del primer ministro de entonces, que garantizaba la aplicación de las leyes del sueldo mínimo, los jornaleros decidieron ir a la huelga contra los terratenientes para reclamar el sueldo mínimo legal. Partían del supuesto de que en esta ocasión los terratenientes tendrían que negociar si querían que sus productos fueran cosechados. El primer día de la huelga, el noticiario local los mostró expresando consternación. El desastre ocurrió el segundo día: los grandes agricultores contrataron bandas paramilitares para que incendiaran las chozas de los huelguistas que habían sido entrevistados en la televisión. Mis colegas productores estaban en su cama, seguros en su hogar, a dos o tres horas en automóvil, pero las llamas consumieron la vida y el sustento de los jornaleros a los que habían entrevistado. La policía no llegó porque había sido sobornada por los grandes agricultores. Los jornaleros no estaban organizados ni tenían partido político al cual recurrir. De ahí en adelante, ningún poblador quiso hablar con el equipo de filmación del Proyecto de Comunicaciones Kheda.

El poder de la televisión se había enfrentado a una estructura de poder económico y político muy organizada de la aldea y perdió. La oposición de la estructura política federal formal no tenía garra en comparación con fuerzas políticas y económicas locales tan bien orquestadas. Con esta anécdota he tratado de mostrar cómo la estructura de poder de una sociedad puede restringir el potencial del periodismo de investigación de los medios. Es indicativa, también, de la necesidad de investigación social en ahí donde convergen los medios y las estructuras de poder para especificar las condiciones en las que el poder de los medios puede ser aprovechado como un agente de cambio eficaz.

Para el equipo urbano, liberal y bienintencionado de filmación del Proyecto de Comunicaciones Kheda dirigido por el gobierno federal, fue evidente que habían sido irresponsables e ingenuos al confiar en el poder de la comunidad por sí solo, sin un plan maestro o una organización de apoyo de jornaleros sin tierra, abogados y funcionarios estatales. Aprendimos, de primera mano, que el desarrollo y el cambio social eran imposibles sólo con la tecnología. Los activistas de la administración pública pasan por experiencias de enfrentamiento como ésta a diario en todo el mundo.

En lugar de tomar abiertamente partido por los explotados como en Kheda, la tradición del periodismo comercial de Occidente tiene a la radio, la televisión y la prensa en un papel imparcial y se parte de la base de que las medidas correctivas tendrán lugar gracias a una policía y un sistema judicial relativamente honestos. Sin embargo, este supuesto no se justifica, pues los sistemas mediáticos del Norte industrializado no podrían sostener muchos programas de investigación como *60 Minutes* de la CBS, así como tampoco se justifica suponer que los dirigentes honestos del gobierno actuarán para solucionar los problemas de las sociedades menos desarrolladas.

Privatización

En la segunda mitad de la década de 1980, a medida que el apoyo a la privatización de la actividad estatal iba en aumento en Washington, D. C., el financiamiento de la USAID a los programas de comunicación en materia de población de la Universidad de Johns Hopkins se concentraba en captar la atención de los países hacia los formatos, ejecutores y métodos de los medios del sector privado para captar público con fines pro sociales. Le siguió el financiamiento de la Fundación Rockefeller para proyectos de entretenimiento educativo. Los primeros trabajaos han comenzado a preguntarse si los actuales investigadores estadounidenses de estos programas no estarán repitiendo los posibles errores conceptuales y éticos que cometieron Lerner y Schramm (1976) al promover medios y formatos de algunos programas en particular (por ejemplo, los de entretenimiento educativo) (Sherry 1997).

Los inversionistas y operadores de telecomunicaciones de los mercados saturados de Europa y América del Norte se han ampliado, a partir de mediados de los 1980, hacia los mercados menos explotados de Asia, América Latina y el Caribe. En estos tiempos, también las empresas estatales de telecomunicaciones han estado buscando capital de inversión y nuevas tecnologías. Con mejores instalaciones de audio, vídeo y transmisión de texto, estas entidades tratan de satisfacer la demanda insatisfecha de sus sectores empresariales y competir en la economía crecientemente mundial (Mody, Bauer y Straubhaar 1995).

Los contextos actuales del poder

Para comprender la posible función que en el próximo siglo cumplirán los medios en favor del bienestar humano en los países en vías de desarrollo, es necesario actualizar constantemente nuestro análisis del entorno, como lo hacen la empresa privada y un número cada vez mayor de empresas sin fines de lucro. Los países en vías de desarrollo y sus comunidades deben identificar sistemáticamente las amenazas y oportunidades del desarrollo nacional que enfrentan al interior de sus propias estructuras de poder. Si bien en los últimos cincuenta años se ha avanzado en la reducción de la pobreza más que en ningún otro período comparable de la historia humana, más de mil millones de personas todavía viven en pobreza extrema, sin agua limpia, servicios sanitarios, electricidad ni educación (PNUD 1998). Los especialistas en medios deben especificar qué condiciones y discursos (si los hubiera) de los medios y qué contextos del poder pueden contribuir al desarrollo preferente de los pobres.

El contexto externo de los países en vías de desarrollo se ha vuelto cada vez más privado y empresarial en los últimos quince años: más de la mitad de las economías más grandes no están representadas por países, sino por empresas privadas con fines de lucro. El discurso sobre el desarrollo en los medios dominantes y la prensa comercial se concentra en eliminar las restricciones sobre el capital privado en vez de las que pesan sobre los servicios públicos, tales como la salud, la educación y el bienestar social. La caída del comunismo y una Rusia débil han venido aparejadas de la unidad angloamericana y bloques regionales de poder basados en una diversidad de factores, incluyendo el resurgimiento del fundamentalismo religioso, los lazos primordiales, el autoritarismo personal y el poderío militar. Desaparecidos los motivos de polarización que animaron la ayuda oficial al desarrollo durante la Guerra Fría, los países ricos e industrializados miembros de la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCED) redujeron la ayuda externa. En 1997 destinaron menos de la cuarta parte del 1% de su producto nacional bruto (PNB) a la ayuda externa, a la cual los pequeños países nórdicos continuaron aportando la mayor parte (1% de su PNB), mientras que Estados Unidos donó solamente el 0,08% (Banco Mundial 1998).

A medida que los Estados se ven asfixiados financieramente, tienden a seguir el consejo del Fondo Monetario Internacional (FMI) de dar oportunidades a la inversión de capital extranjero y permitir la competencia. En el proceso, los Estados pierden el control sobre la agricultura, la salud y la industria. Junto con la reciente adopción de la privatización y la competencia en el mundo en vías de desarrollo, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD 1997) ha demostrado en sus documentos el ensanchamiento de la brecha de recursos entre el Norte industrializado y el Sur menos desarrollado, así como al interior de los países en desarrollo. La brecha entre los países industrializados y América Latina ha aumentado más rápido, pero subsisten otras diferencias, tales como el nivel

de recursos entre los países industrializados y los de África. Al interior de los países en desarrollo, los ingresos del 20 por ciento más rico se han incrementado sostenidamente desde la introducción de la privatización, la liberalización y la competencia. Es así que, en la mayoría de países, la clase media parece estar desapareciendo proporcionalmente, a medida que las diferencias entre la mano de obra calificada y la no calificada aumentan en esta era de tecnología de uso intensivo de capital y eliminación de mano de obra.

Acceso limitado a los medios

Si bien los procesos y efectos de la comunicación mediática han cambiado significativamente desde la década de 1960, el acceso a las tecnologías de medios continúa siendo limitado en muchas regiones. Las estadísticas actuales muestran que por cada 1.000 personas que viven en países en vías de desarrollo, hay solamente 185 receptores de radio, 145 de televisión, 39 líneas principales de teléfono, 3,6 abonados a celulares, 6,5 computadoras personales y 0,5 usuarios de internet (PNUD). Sin embargo, la propiedad de la radio, la televisión y las telecomunicaciones ha devenido menos centralizada y más privada. El acceso al capital extranjero ha hecho que aumente el número de líneas telefónicas principales. Aunque el Estado sigue siendo el operador de las mismas, las actividades de los medios se financian con la publicidad y se concentran en maximizar las ganancias privadas. Los sistemas satelitales regionales, como el STAR en Asia, proveen sistemas de acceso directo al hogar y a los operadores nacionales de televisión por cable con los últimos programas de Hollywood. Los canales de noticias antagónicos a los sistemas políticos nacionales se retiran voluntariamente de la programación para no vulnerar los intereses comerciales, como en el caso en que STAR dejó de transmitir a la BBC por su entrada de satélite a China.

Asimismo, las producciones nacionales imitan las fórmulas y géneros extranjeros. El formato de las transmisiones nacionales y extranjeras se vuelve cada vez más parecido al de las fantasías de acción y aventuras, por ejemplo, a veces importadas, mal dobladas y con tramas que poco reflejan los problemas cotidianos en Los Ángeles o Nairobi. Ahí donde es necesario, los productores hacen una "adaptación local" mínima de los formatos y las historias extranjeras buscando captar a la audiencia que conviene a los publicistas. Más aún, solamente el tres por ciento de las computadoras que cuentan con servicio de internet se encuentran en países en vías de desarrollo, que albergan a más de las tres cuartas partes de la población mundial (Mody 1999).

Grandes Desafíos del desarrollo, pero medios limitados

En el mundo, una de cada seis personas vive todavía en la pobreza, la mayoría en países en vías de desarrollo. La postura actual del sector privado frente al desarrollo parece estar beneficiando más a los ricos que a los pobres. Mientras entramos en el próximo siglo, el acceso a los medios continúa siendo escaso. Cada vez más, se financian con publicidad, de modo que se programan con entretenimiento, cuya mayor audiencia tiene poder adquisitivo. Hace poco más de cuarenta años, en Estados Unidos se propuso la comunicación para el desarrollo como la aplicación estratégica de la tecnología de la comunicación, en respuesta a la agenda internacional de la Guerra Fría, lo que condujo a que en los países en vías de desarrollo los Estados transmitieran mensajes destinados a lograr los objetivos de los regímenes gobernantes. El alcance del régimen gobernante se extendió, por el poder de los medios, a gran cantidad de gente (de ahí su bajo costo unitario) simultáneamente (es decir, velozmente), en su intento por lograr conformidad mediante la manipulación de la cognición, los valores y el comportamiento. Con las tendencias actuales contra el control estatal, la comunicación para el bienestar social y el desarrollo para los pobres parece quedar en manos de organizaciones no gubernamentales (ONG) financiadas por organismos civiles extranjeros y nacionales.

La investigación sobre los procesos de comunicación en los países en vías de desarrollo debe trascender la comunicación y el desarrollo como una estrategia mecanicista con tácticas asociadas, para convertirse en una perspectiva disciplinaria integral de la comunicación en la sociedad, lo suficientemente sofisticada como para adecuarse a las condiciones de tiempo y lugar de cada país en particular y suficientemente universal como para ser comparable. En la investigación y praxis de la comunicación en otros lugares, encontramos lecciones de las que podemos aprender: la agenda de la investigación de la comunicación en los países en vías de desarrollo debe evitar los errores de la investigación exenta de contexto y de la teoría infundada. Se recomienda una nueva agenda de investigación de la comunicación para los países en vías de desarrollo, que pase de las iniciativas estatales a los movimientos cívicos no gubernamentales. Al igual que el sistema escolar formal, los medios representan otro insumo que afecta a los valores sociales. Por lo tanto, es crucial que identifiquemos las condiciones nacionales y externas de las estructuras de poder de una sociedad, así como las condiciones políticas y económicas de sus sistemas de medios, que pueden incidir positivamente tanto en las oportunidades de alimentación, vivienda y educación para los más de mil millones de pobres cuanto en la conciencia de la responsabilidad humana de buena vecindad de los otros cinco mil millones de no pobres.

Bibliografía citada

Banco Mundial (1998). *Assessing Aid: What Works, What Doesn't and Why*. New York, Oxford University Press.

Boyd-Barrett, O. (1977). "Media imperialism: Toward an international framework for the analysis of media systems" en Curran, J.; Gurevitch, M. y Woollacott, J. (eds.) *Mass communication and society*. London, Sage.

Cardoso, F. H. y Faletto, E. (1979). *Dependency and development in Latin America*. Berkeley, California, University of California Press.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (1997). *Trade and Development Report 1996*. Geneva, UNCTAD.

Dizard, W. P. (1966). *Television: A world view*. Syracuse, New York, Syracuse University Press.

Fahey, L. y Narayanan, V. K. (1986). *Macroenvironmental analysis for strategic management*. St. Paul, Minnesota, West Publishing.

Guback, T. H. (1969). *The International Film Industry*. Bloomington, Indiana University Press.

Hornik, R. C. (1989). "The knowledge–behavior gap in public information campaigns: A development communication view" en Salmon, C. T. (ed.) *Information campaigns: Balancing social values and social change*. Newbury Park, California, Sage.

Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society*. Glencoe, Illinois, The Free Press.

Lowery, S. y DeFleur, M. (1995). *Milestones in Mass Communication*. New York, Longman.

McClelland, D. (1966). *The Achieving Society*. Princeton, Van Nostrand.

Mody, B. (1979). "Programming in SITE" en *Journal of Communication*, 29 (4).

Mody, B. (1983). "First World technologies in Third World contexts" en Rogers, E. M. (ed.) *Communication technology in the U. S. and Western Europe*. Norwood, New Jersey, Ablex.

Mody, B. (1987). "Contextual analysis of the adoption of a communication technology: The case of satellites in India" en *Telematics and Informatics*, 4.

Mody, B. (1988). "From communication effects to communication contexts" en *Media Development*, 3.

Mody, B. (1997). "Cold War to world business system" en *Journal of International Communication*, 4 (2).

Mody, B. (1999). "The Internet in the other three quarters of the world" en *Aspen Institute of Information Studies Annal*, April.

Mody, B.; Bauer, J. M. y Straubhaar, J. (1995). *Telecommunication politics: Ownership and control of the information highway in developing countries*. Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum.

Mody. B. y Borrego, J. (1991). "Mexico's Morelos satellite: Reaching for autonomy?" en Sussman, G. y Lent, J. (eds.) *Transnational communication: Wiring the Third World*. Newbury Park, California, Sage.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (1998). *Human Development Report 1998*. New York, Oxford University Press.

Rogers, E. M. (1976). *Communication and Development: Critical perspectives*. Thousand Hills, California, Sage.

Rostow, W. (1960). *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto*. London, Cambridge University Press.

Samarajiwa, R. (1987). "The murky beginnings of the communication and development field" en Jayaweera, N. y Amunugama, S. (eds.) *Rethinking Development Communication*. Singapore, AMIC.

Schiller, H. I. (1969). *Mass Communication and American Empire*. New York, August M. Kelly.

Schiller, H. I. (1973). *The Mind Managers*. Boston, Beacon Press.

Schramm, W. (1964). *Mass media and National Development*. Stanford, California, Stanford University Press.

Schramm, W. y Lerner, D. (eds.) (1976). *Communication and Change: The Past Ten Years and the Next*. Honolulu, University of Hawaii Press.

Sherry, J. (1997). "Prosocial soap operas for development: A review of research and theory" en *Journal of International Communication*, 4 (2).

Simpson, C. (1994). *Science of coercion: Communication Research and Psychological Warfare 1945–1960*. New York, Oxford University Press.

Tunstall, J. (1977). *The Media are American*. London, Constable.

Mody, Bella (2000). "The Contexts of Power and the Power of the Media" en Wilkins, Karin (ed.) *Redeveloping Communication for Social Change*. Lanham, Rowman & Littlefield. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Rindiendo cuentas sobre el poder en la comunicación para el desarrollo

Extracto de *Reconstruyendo la comunicación para el cambio social*

Karin Gwinn Wilkins

La comunicación para el desarrollo se refiere a la aplicación estratégica de tecnologías y procesos de comunicación para promover el cambio social. Aunque actualmente se considera que los planteamientos teóricos y hallazgos de la investigación de la comunicación para el desarrollo son aplicables a cualquier comunidad que se dedica activamente a un cambio social estratégico, históricamente el discurso del desarrollo se ha ocupado de proyectos de intervención en contextos internacionales, financiados por organismos adinerados e implementados en Estados-nación con recursos financieros comparativamente más escasos.

En este trabajo sostengo que las tendencias futuras de la comunicación para el desarrollo deben considerar el poder más explícitamente en la teoría y en la práctica. Este planteamiento se funda en las reflexiones de académicos y profesionales que han reconocido las limitaciones del discurso y de las intervenciones actuales. Primero, caracterizo cómo el poder se puede concebir en marcos de comunicación para el desarrollo. Luego, considero el desarrollo como discurso y contextualizo la representación de problemas

y personas en las estructuras y dinámicas de poder. A continuación, exploro la producción del discurso de instituciones que operan en una estructura mundial de entidades económicas y políticas dominantes. Por último, doy ejemplos de los supuestos respecto de los modelos del cambio social y los papeles de los procesos y tecnologías de la comunicación en la implementación de la comunicación para el desarrollo.

Rindiendo cuentas sobre el poder

El poder debe ser una consideración central en la reconceptuación de la teoría y de la práctica de la comunicación para el desarrollo. Hay muchas maneras de entender y definir el poder. Lukes (1986) nos recuerda que ninguna definición única abarcará todos los casos. Existen muchos debates sobre la conceptualización del poder; por ejemplo, en torno a si nos ocupamos de la producción de los efectos previstos o de la capacidad de producirlos (Aron 1986) o hasta qué punto la resistencia puede ser relevante o factible (Lukes).

Estas diferencias respecto de las definiciones se derivan de perspectivas diferentes del poder. Olsen y Marger (1993) describen distintos enfoques, empezando por la perspectiva marxista que destaca el cimiento económico y material de la sociedad y describe el cambio social como algo que inevitablemente ocurre por medio de un proceso dialéctico de conflicto de clases. Una perspectiva de elite, por el contrario, reconoce la capacidad de un grupo pequeño cohesivo de controlar los recursos, pero también considera que el cambio social está más restringido por las propias instituciones que apoyan a dicho grupo de elite, como el gobierno, las fuerzas militares y los medios. Por lo tanto, un cambio gradual podría ser posible, en la medida en que los conflictos no ocurren entre clases, sino entre grupos de elite (Prewitt y Stone 1993).

En lugar de insistir en una perspectiva en particular, sugiero que consideremos cómo los marcos de poder nos ayudan a comprender este proceso de cambio social. Para los fines de este análisis, considero el poder como la capacidad de moldear los contextos sociales, fundándome en el tercer nivel de poder de Lukes. Este tercer nivel subsume tanto a un primer nivel, que se refiere al poder de toma de decisiones que afecta las acciones de otros, como a un segundo nivel, que se refiere al poder de evitar que las actividades tengan lugar.

En un sistema interactivo y dinámico, los agentes de las instituciones poderosas tienen la capacidad de moldear los contextos en los que se determinan los problemas y las soluciones. En este marco, el poder es detentado disparejamente, pero se establece por medio de la interacción (Simmel 1986) en las redes existentes (Foucault 1986). Más aún, el poder no se concibe como propiedad de una persona (Arendt 1986), sino que se manifiesta en las instituciones que otorgan autoridad a ciertos agentes de alto nivel (Simmel) que operan en sistemas políticos y económicos (Habermas 1986). Esta estructura abarca a una red de personas e instituciones a través de un poder de base organizacional en las esferas económicas, políticas, militares e ideológicas (Dumhoff 1993).

El mantenimiento del poder exige asegurar la legitimidad entre los gobernados (Arendt; Skocpol 1993). Esta legitimación podría promoverse a través de la producción ideológica del discurso (Foucault). Gramsci (1971) plantea un proceso de hegemonía a través del cual los grupos poderosos intentan mantener el consentimiento mediante el control de las instituciones ideológicas. Downing (1996) explica que esta esfera ideológica representa «un terreno de pugna por las fuerzas políticas organizadas [...] en su intento por apropiarse del control de la dirección del devenir de una sociedad».

Estas formas teóricas de entender el poder son muy útiles en nuestra reconceptuación de la comunicación para el desarrollo. Si consideramos el desarrollo como un discurso, podemos examinar los supuestos implícitos en los marcos que justifican la

intervención estratégica. A través del discurso, las instituciones generan conocimientos sobre grupos de personas al representarlas en categorías construidas. Si consideramos el desarrollo como una práctica en un sistema económico y político mundial, podemos elucidar las condiciones mediante las cuales ciertos problemas y grupos atraen visibilidad y se reconstituyen para efectos de la intervención. Si consideramos el desarrollo como intervención organizacional, podemos explorar los contextos organizacionales y las características de los proyectos que orientan la implementación. Aunque algunos de los temas de interés que se plantean en un sentido amplio se refieren a la cuestión del poder, la comunicación para el desarrollo puede considerarse como un caso especial en el que las instituciones se dedican a la producción ideológica a través de la intervención estratégica, valiéndose de procesos y tecnologías de comunicación.

El discurso institucional

En esta sección empiezo por conceptuar el desarrollo como discurso, y luego examino cómo este discurso se ha ido desplazando con el tiempo, dándole visibilidad a distintos temas y grupos. Al hablar de discurso me refiero a la forma de entender el desarrollo como un conjunto de interpretaciones estructuradas a través de declaraciones institucionales sobre personas, lugares y problemas. Tal como explica Crush (1995), el discurso del desarrollo «se constituye y reproduce en un conjunto de relaciones materiales, actividades y poderes sociales, culturales y geopolíticos». Estas relaciones se manifiestan en las acciones de las instituciones de desarrollo que operan en un contexto internacional. El discurso perpetúa los intereses del organismo que promueve estas interpretaciones y, por lo tanto, se debe entender como político, no como neutral (Escobar 1995a). Las categorías construidas a través del discurso del desarrollo no sólo moldean los problemas y a quienes se percibe que sufren por esos problemas, sino también legitiman las soluciones apropiadas (Rakow 1989, Schön 1979). En este proceso, algunos agentes tienen más poder que otros para estructurar marcos temáticos e intervenciones.

Este poder de moldear la realidad sobre la naturaleza misma del cambio social es detentado, entonces, por instituciones que actúan en contextos históricos y geográficos (Crush; Escobar 1995b). El poder de esta naturaleza está enraizado en la capacidad de articular el conocimiento, específicamente sobre los demás. Refiriéndose al orientalismo, Said (1978) sugiere que «tener ese conocimiento [...] es dominarlo, tener autoridad sobre él». Said (1978, 1993) y Escobar (1995b) concuerdan en que el desarrollo ha operado históricamente como otra forma de discurso colonizador.

Los planteamientos iniciales del desarrollo privilegiaban las condiciones económicas en el Estado-nación. El discurso del Presidente Truman de 1949, en el que sugiere que la pobreza mundial se podría resolver mediante la industrialización estratégica, la urbanización y la tecnología, lanzó esta perspectiva estadounidense (Escobar 1995b; Melkote 1991). Schramm (1963), Lerner (1962) y otros consideraban que la comunicación fomentaría este camino hacia la modernización universal al alentar a la gente a actuar y pensar de maneras más empáticas y establecer la infraestructura necesaria para facilitar el crecimiento comercial y la gobernanza democrática.

Puesto que las condiciones documentadas en muchos de los países empobrecidos no mejoraron pese a la introducción de muchos programas de desarrollo, el modelo de desarrollo fue criticado por varios motivos a partir de la década de 1970 (Melkote; Rogers 1976). La premisa inicial de que todas las sociedades evolucionarían por derroteros similares fue reemplazada por una forma más contextual de entender el desarrollo. Además de alejarse de un camino o meta universal, la equidad y la distribución cobraron importancia frente al énfasis anterior en el crecimiento económico. Ésta también fue la época del "planteamiento de las necesidades básicas", que

resaltaba los recursos esenciales que necesitan las personas para sobrevivir. No obstante, estos nuevos planteamientos no cuestionaban la premisa de que el desarrollo aliviaría las condiciones problemáticas.

Adicionalmente, otros plantearon cuestionamientos graves en el sentido de que la recepción de la ayuda del desarrollo perpetuaba la dependencia de los países más pobres respecto de los organismos bilaterales y multilaterales más adinerados. Esta preocupación por el desarrollo como forma de imperialismo cultural que perpetuaba la dependencia, trasladó la concentración de la modernización en el Estado-nación a un interés por una estructura internacional de Estados-nación con diferentes grados de poder. Los teóricos de la dependencia nos recordaron, entonces, la estructura de poder en la que se desenvuelven los países en desarrollo y situaron el poder en manos de los países más adinerados (Schiller 1991).

En contra de la dominación de un sistema de mercado mundial, algunos grupos se organizan para promover la idea de una sociedad civil mundial y se reconoce la importancia de los valores posmaterialistas (Calabrese 1997). Aunque algunos insisten en conceptuar el proceso de desarrollo en una estructura mundial, otros destacan las iniciativas locales comunitarias como esferas apropiadas para examinar el cambio social (Huesca 1995; Escobar 2000b). La atención reciente dada a los movimientos sociales complementa los planteamientos participativos al resaltar la capacidad de las comunidades marginadas de controlar su propio cambio social, pero también sitúa estos procesos en contextos con diversos niveles de poder (Gamson y Wolfsfeld 1993).

Los nuevos planteamientos del desarrollo, denominado "posdesarrollo" por algunos, establecen que los movimientos sociales constituyen una alternativa radical que promueve los intereses marginales en oposición a las estructuras e ideologías dominantes del desarrollo (Escobar 1995b, Moore 1995). En este sentido, los movimientos sociales no son considerados como una forma de transformar o mejorar el desarrollo, sino como «símbolos de resistencia a las posiciones dominantes del conocimiento y la organización del mundo [...] para la reimaginación del "Tercer Mundo" y una era de posdesarrollo» (Escobar 1995b). Esta forma de concebir el cambio social corresponde al planteamiento de Freire (1983) de utilizar los procesos de comunicación, a través del diálogo, como forma de reconocer y, luego, resistir a la opresión.

Varios teóricos han empezado a comentar sobre una "crisis" del desarrollo y cuestionan la totalidad del proyecto (Moore; Parpart 1995). En este sentido, examinan el discurso del desarrollo (Crush) no sólo en cuanto a sus alegaciones históricas, sino también a sus intereses actuales, tales como el desarrollo sostenible, el ajuste estructural y la población. Este último tema, la población, tiende a conectarse con la degradación (Williams 1995) o las limitaciones (Mitchell 1991) del ambiente, y lo que se propone es un equilibrio entre la demografía y la geografía. Varios autores (entre ellos Mackenzie 1995; Moore; Williams) sugieren que estos marcos deshumanizan y sojuzgan a las mismas personas a quienes pretenden atender.

Asimismo, se critica desde varios ángulos el desarrollo sostenible, como planteamiento que articula la necesidad de atender a la generación actual sin comprometer los intereses de una generación futura. En primer lugar, este planteamiento reivindica la importancia del desarrollo económico, si bien con un interés adicional por la conservación ambiental y, en segundo lugar, presupone que la tierra se puede y debe administrar mediante el cambio del comportamiento irracional de los pobres (Escobar 1995a). Este discurso legitima y racionaliza la eficiencia y el crecimiento económico en un sistema capitalista mundial, pasando por alto «las consecuencias sociales destructivas y los costos humanos» (Ferguson 1995).

El discurso del desarrollo implica la producción institucional de textos que justifican la intervención. A través de este discurso, las personas, así como los

lugares y las condiciones, se clasifican por medio de una burocratización del conocimiento. Este proceso supone la creación de «tecnorrepresentaciones», en palabras de Escobar (1995a), «dotadas de historias políticas y culturales complejas», que crean estructuras visuales de los grupos sin permitir que se les escuche. Así, las instituciones de desarrollo tienen la capacidad de crear conocimiento sobre otros y representarlos (Escobar 1995a, Said 1978, 1993).

Cuando se examina el discurso del desarrollo a través del tiempo, es posible ver los cambios en la importancia de los diversos grupos y temas. La visibilidad de los pobres rurales y las mujeres, por ejemplo, aumentó durante la década de 1970 (Escobar 1995a). El tema de las mujeres en el desarrollo (WID, por las siglas en inglés de *women in development*) adquirió relevancia hacia 1975, cuando la ONU lanzó el Año de la Mujer. Este discurso valoraba las contribuciones de las mujeres como productoras económicas y reproductoras humanas (Staudt 1985). La atención enfocada en WID se desplazó gradualmente a "género y desarrollo" (GAD, por las siglas en inglés de *gender and development*), enfocándose el género como categoría construida socialmente (Wilkins 1997). La literatura reciente propone un nuevo desplazamiento hacia "feminismos internacionales" (Sreberny-Mohammadi 1996), en los que se reconocen diferencias de clase, raza y otras categorías sociales (Mackenzie).

Pese a este cambio en el discurso, las mujeres continúan captando el foco de atención en la comunicación para el desarrollo en los proyectos de salud, población y nutrición, particularmente en su papel como reproductoras (Wilkins 1999). Por lo tanto, en la práctica, el género parece operar de manera que reduce a las mujeres a sus condiciones biológicas en lugar de dar cuenta de sus relaciones sociales, políticas y económicas. Más aún, estos proyectos tienden a orientarse a las mujeres como consumidoras individuales, en el supuesto de que facilitarán el cambio social mediante su compra de los servicios y productos que se les sugieren.

Otra tendencia importante en la representación es el surgimiento del "consumidor" como categoría explícita de beneficiario (Wilkins 1999). Esto implica que las intervenciones de comunicación están orientadas a quienes pueden comprar productos o servicios en el proceso de mejorar su condición de vida. Esta categoría entraña una metáfora del cambio social distinta de la de trabajar con "los más pobres de los pobres", cuyas circunstancias imposibilitan una participación activa en el mercado.

Los proyectos de comunicación para el desarrollo, como muchas campañas de comunicación occidentales, tienden a representar a sus beneficiarios como personas que necesitan información o persuasión (Salmon 1989). Esta interpretación de un beneficiario es problemática, ya que culpa a los individuos por los problemas que las intervenciones supuestamente pretenden resolver (Mody 1991). En este sentido, la causa del problema social abordado se ubica en la decisión individual de cambiar, en lugar de en una estructura problemática que limita la distribución de recursos o incluso en un clima normativo que restringe las posibilidades de cambio.

Las instituciones de desarrollo producen estas categorías en el curso de su producción de conocimiento sobre las personas a quienes pretenden ayudar y los problemas que consideran importantes. En el proceso de construir comunidades, problemas e intervenciones, se usa la investigación formativa utilizada en el diseño de estas intervenciones, la investigación sumaria utilizada para evaluar y el monitoreo gerencial de la planificación y desarrollo.

La práctica institucional

Podemos ubicar el poder en las instituciones de desarrollo que lo practican. La comunicación para el desarrollo, como intervención estratégica, es implementada por entidades que trabajan en contextos organizacionales, lo cual condiciona las normas de interpretación, y en estructuras político-económicas, lo cual restringe las posibilidades de toma de decisiones. El hecho de ubicar a la comunicación para el desarrollo en estructuras de poder implica que las intervenciones mismas deben contextualizarse más allá de un modelo simplista de medios-efectos. En lugar de centrarse en la recepción de las campañas de comunicación, este marco nos pediría que consideremos los contextos organizacionales en los que se articulan los problemas sociales y sus soluciones. Los contextos organizacionales abarcan las condiciones estructurales (en cuanto a las relaciones interorganizacionales) y las normativas (en cuanto a los planteamientos en común hacia los problemas sociales y sus soluciones) (Putnam y Pacanowsky 1983).

Una gama de instituciones pueden participar en el proceso de usar la comunicación para el cambio social estratégico. Los proyectos de desarrollo tienden a ser apoyados por instituciones bilaterales y multilaterales, junto con entidades nacionales y organizaciones no gubernamentales (ONG). Cada organización puede desempeñar papeles múltiples, como donante que distribuye recursos a otra organización, como receptor que recibe los recursos, e incluso como referente para otras organizaciones que se dedican a actividades similares. La relación de financiamiento puede estar caracterizada por el grado de concentración o control exhibido o el grado de restricción de la autonomía. Un organismo de desarrollo rara vez actúa exclusivamente en el papel de donante o de receptor, sino que lo hace desde distintas capacidades en relación con distintas organizaciones. Una ONG, por ejemplo, puede recibir financiamiento bilateral, y a su vez apoyar a otros organismos de desarrollo. Estas relaciones componen una estructura de actividad institucional que guía el proceso de implementación.

Los gobiernos, junto con otras entidades, crean programas para promover el cambio social dentro de su propio territorio. Al interior de los Estados, se puede considerar que los políticamente poderosos tienen la capacidad de controlar a las instituciones políticas, económicas e ideológicas (Olsen y Marger 1993). Los Estados deben lidiar no sólo con las divisiones internas del poder, sino también con un sistema mundial de naciones con diversos grados de acceso a los recursos. Los Estados que cuentan con recursos adecuados para hacerlo tienen la capacidad de actuar como organismos bilaterales y patrocinar proyectos en otros países. La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, por su sigla en inglés) es una de muchas instituciones bilaterales y tiene comparativamente más recursos para invertir en el proyecto del desarrollo que muchas otras entidades. Debido a su relevancia como donante y como referente, es crucial que se observen las tendencias de su práctica, tal como su desplazamiento hacia el sector privado en sus programas de desarrollo económico y social (Mitchell, USAID 1993, Wilkins 1999). También se podrían estudiar las dimensiones internas de las organizaciones de desarrollo, tales como la distribución de recursos y el establecimiento de oficinas dedicadas a temas de interés particulares (Staudt 1997).

Los organismos multilaterales combinan los recursos de dos o más instituciones gubernamentales para apoyar los programas de desarrollo. Muchas agencias de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), encajan en esta categoría. Al igual que las instituciones bilaterales, a los organismos multilaterales se les ha acusado de promover proyectos que no cuestionan las estructuras de poder imperantes, con lo cual sirven a los intereses de la elite mundial (Escobar 1995a, Williams).

Aunque algunos señalan a las ONG como actores importantes en la esfera del desarrollo (tal como Mody), no es fácil generalizar la función de esta categoría de organismo. Algunas ONG reciben una alta concentración de financiamiento de fuentes gubernamentales, mientras que otras limitan o rechazan esa fuente de ingresos. Aquellas que sí de-

penden del financiamiento gubernamental podrían ser absorbidas en el proceso de crear e implementar las intervenciones estratégicas (MacDonald 1995). Algunas ONG, sin embargo, logran resistirse a promover las agendas de organismos más grandes, ya sea estableciendo firmemente sus propios intereses estratégicos o limitando el carácter o la proporción de los recursos recibidos. Algunos grupos comunitarios que promueven movimientos sociales colectivamente no tienen la condición formal de una ONG, pero merecen atención dado su papel crucial en la adopción de visiones alternativas del cambio social.

Las intervenciones de comunicación para el desarrollo son implementadas por organismos y comunidades que operan en un sistema mundial. Conceptuaciones recientes del desarrollo sostienen que los procesos de cambio social pueden ser concebidos más adecuadamente como movimientos sociales en niveles espaciales o locales diferentes, conectados a través de parámetros mundiales más que nacionales (Escobar 2000b). Estas tendencias hacia la globalización se deben al crecimiento de las entidades internacionales y las formas globales de comunicación y producción (Schiller).

Este sistema de poder mundial parece estar dominado por unos cuantos Estados-nación, particularmente Estados Unidos, y las empresas transnacionales, que comparten los mismos intereses y prácticas respecto de los mercados y consumidores (Schiller). Estas instituciones poderosas pueden compeler a la absorción, así como al control de las industrias y tecnologías de medios, con poca consideración de las inequidades en el uso o el acceso (Steeves 1993). El capital mundial puede no estar homogeneizando a las comunidades alrededor del mundo, pero estos procesos sí podrían estar consolidando a grupos heterogéneos para fines de consumo y turismo (Escobar 1995b).

Se puede considerar que el discurso del desarrollo mismo está legitimando al capitalismo mundial como sistema natural y universal (Moore). La tendencia hacia la privatización de las intervenciones de desarrollo (Wilkins 1999) corresponde a un desplazamiento más amplio de las políticas hacia la desregulación y privatización al interior de las fronteras políticas y a través de ellas (Mohammadi 1997, Moore). Estas tendencias sirven a los intereses de aquellas entidades que se benefician de la dominación creciente de un sistema capitalista mundial y limitan los esfuerzos de las comunidades y naciones más pobres en su búsqueda de capital para dirigir su propio cambio social.

La intervención estratégica

En esta sección me ocupo primero de considerar los modelos de cambio social insertos en el discurso de la comunicación para el desarrollo. Luego, caracterizo los supuestos acerca de las distintas tecnologías y procesos de comunicación en las estrategias de intervención.

Como intervención estratégica, la comunicación para el desarrollo opera con tecnologías y procesos de comunicación para promover el cambio social, lo cual abarca muchos campos sustantivos, tales como salud, nutrición, educación, población, agricultura y la microempresa. Explícita o implícitamente, los marcos de comunicación para el desarrollo suponen una fuente de poder en sus conceptuaciones del proceso de cambio social. Los marcos tanto de modernización como de dependencia comparten el presupuesto de que los medios tienen un gran poder para afectar a las audiencias, mientras que los planteamientos participativos y de movimiento social resaltan la capacidad de los procesos y tecnologías de comunicación de promover los intereses estratégicos de las comunidades marginales.

Aunque las intervenciones de comunicación pueden tener en común el presupuesto de que la información sería un medio apropiado para resolver los problemas sociales, están divididas en su manera de abordar la intervención. Los profesionales del desarrollo construyen intervenciones diseñadas para resolver los problemas sociales en contextos organizacionales guiados y restringidos por los entornos normativos y las estructuras político-económicas. Los grupos y personas que participan en la elaboración de las campañas de comunicación tienen poder dada su capacidad de definir problemas, soluciones apropiadas y beneficiarios (Gergen y Gergen 1983, Salmon). Por lo tanto, para la intervención se seleccionan algunos problemas por sobre otros.

Las intervenciones de comunicación utilizan las tecnologías y procesos de comunicación de muchas maneras, para una variedad de fines. Entre otras funciones, las tecnologías de comunicación se pueden utilizar como altavoces de bajo costo, como motivadores de demanda o incluso como legitimadores (Hornik 1988); estas tecnologías, asimismo, se pueden orientar hacia el cambio individual, social, institucional o de políticas. Es posible utilizar los procesos de comunicación para realizar la planificación, implementación o diseminación de una intervención. La participación de los beneficiarios en estos procesos de comunicación puede ayudar a que las intervenciones de comunicación para el desarrollo tomen en cuenta el conocimiento y las preocupaciones de los pobladores (Mody).

Las intervenciones de comunicación pueden fracasar por una serie de motivos. El análisis de Hornik (1988) sobre el fracaso de los proyectos de comunicación para el desarrollo sugiere que muchos fracasan debido a planteamientos teóricos inapropiados, a una implementación deficiente del programa, a recursos inadecuados o a falta de apoyo político. Una comprensión de los contextos políticos y económicos en los que se introducen estos proyectos también podría darnos una idea más clara de cómo se interpretan estas intervenciones. Por ejemplo, podría ser necesario evaluar el contexto comercial en el que se introducen los mensajes sociales para calibrar el entorno en el que se les pide a los beneficiarios que respondan. Las evaluaciones de los proyectos de comunicación tienden a concentrarse en las condiciones sociales de los individuos en grupos definidos, pasando por alto otras condiciones importantes, tales como otros mensajes transmitidos por los medios que concuerdan con los agentes políticos y económicos dominantes.

Un tema subyacente es quiénes se ocupan de producir estas intervenciones y en beneficio de quiénes. Cuando las intervenciones estratégicas para el cambio social alientan a las personas a consumir, entonces los intereses de los sistemas comerciales y públicos no son divergentes. El modelo de *marketing* social (McGuire 1989) sigue esta tendencia, que sugiere que las personas pueden mejorar sus condiciones problemáticas por medio de elecciones prudentes en el mercado. El *mercadeo* social coincide con una tendencia más amplia hacia la comercialización de los temas sociales, tales como la salud pública. Por ejemplo, muchos organismos de desarrollo han dedicado recursos considerables a la educación y distribución de soluciones de rehidratación oral, un recurso crucial para aliviar la deshidratación devastadora que acompaña a la diarrea infantil. Ahora, las empresas multinacionales están absorbiendo esta función, creando soluciones de rehidratación oral a base de cereales para adultos, además de para bebés (BASICS 1998).

En este enfoque los beneficiarios de los programas públicos son tomados como consumidores, los medios son considerados útiles en la medida en que cambian el comportamiento y el cambio social se sitúa según las respuestas individuales a las condiciones del mercado. La caracterización del cambio social en una estructura comercial se identifica con las tendencias de globalización que privilegian el papel de las empresas multinacionales como instituciones dominantes. El mercadeo social goza de mucha simpatía en los proyectos de la USAID y opera dentro de las estructuras de poder existentes para fomentar el cambio gradual en apoyo de un sistema de capital global.

Otros modelos de intervención difieren del mercadeo social en sus planteamientos del cambio social. Algunas iniciativas, por ejemplo, tratan de influir en los encargados de tomar decisiones que pueden cambiar las políticas de instituciones clave, o de fomentar el cambio normativo gradual respecto de determinados temas. Mientras que una variedad de instituciones implementan los proyectos que propugnan un cambio estructural, los proyectos que proponen educar en el largo plazo tienden a ser orquestados por organismos multilaterales u ONG.

Otro modelo sugiere que la información se debe ofrecer por su mérito propio, como derecho del ser humano, dejando de lado las consecuencias potenciales de la intervención. Un modelo participativo que conceptúa la participación como un fin en sí misma encajaría en este molde (Melkote). Este enfoque de la intervención de comunicación implica un proceso social mediante el cual grupos con intereses comunes construyen conjuntamente mensajes para mejorar su situación o cambiar estructuras sociales injustas (Mody). La comunicación, entonces, permite que las personas reconozcan sus circunstancias opresivas y, quizá, actúen colectivamente para transformar su situación (Freire). Estos planteamientos tienden a ser apoyados por las ONG y las organizaciones comunitarias locales en sus intentos de impugnar los marcos y estructuras dominantes.

Aunque estas intervenciones pueden parecer valiosas como forma de resistencia potencial, su implementación plantea una serie de cuestionamientos. En sus intentos de abordar las necesidades locales, algunas intervenciones podrían terminar perpetuando en las comunidades estructuras de poder desiguales, particularmente entre géneros. Más aún, la participación, sin cambios concomitantes en las condiciones estructurales, puede no bastar para fomentar un cambio social sustantivo (Escobar 1995b, Mody).

Los medios proporcionan fuentes cruciales de información y socialización en muchas de nuestras comunidades. En la comunicación para el desarrollo, las intervenciones están diseñadas para usar estratégicamente estas tecnologías o procesos a fin de promover el cambio social definido. Así como en los estudios de medios, algunas de las preguntas clave respecto de la intervención de comunicación estratégica serían: ¿quiénes controlan la producción del conocimiento y, por extensión, los mensajes mediatizados? ¿Quiénes tienen acceso a este proceso de producción? ¿Cuál es el constructo de personas, problemas, lugares y soluciones que se definen para ser incorporados en este discurso? Un supuesto aquí es que la producción de comunicación estratégica, al igual que en cualquier otra industria de los medios, transmite los intereses de los agentes dominantes en un sistema mundial, convirtiéndose en el lugar de producción y reproducción de ideología (Mody). En lugar de centrarnos en los medios como herramientas aisladas, debemos concentrarnos en los procesos de poder que contribuyen a la producción de la intervención de comunicación.

La selección de canales en una intervención puede derivarse de varios intereses. En ocasiones, los proyectos pueden incluir decisiones de implementación basadas en consideraciones políticas, tal como la necesidad de legitimar o elevar a una entidad política patrocinadora a través de un medio de elite, como el internet o la televisión. En el caso de proyectos que tienen una mayor independencia de este tipo de consideraciones, las decisiones se pueden fundar en un interés por el acceso de los beneficiarios al canal, o incluso en supuestos acerca de los diversos efectos que podrían tener los canales mediatizados e interpersonales. Algunos suponen, por ejemplo, que las personas están en capacidad de ser más persuasivas que los medios en el proceso de influencia social. Sin embargo, Hornik (1989) reconoce el potencial de las tecnologías mediatizadas, particularmente cuando la gente reconoce los intereses de la intervención como propios y, además, tiene la capacidad para actuar a partir de ellos.

El potencial de una intervención de motivar la resistencia o de apoyar a las instituciones dominantes no

es inherente a un canal, sino que depende del contexto en el que se introduce. Melkote demuestra cómo los medios populares se pueden utilizar de muchas maneras como herramienta participativa para la acción comunitaria o como medio del gobierno para diseminar información. Algunos grupos que desean propugnar visiones más radicales del cambio social podrían optar por usar sistemas de medios alternativos en lugar de los dominantes, especialmente si consideran que algunas industrias de medios no representarán sus intereses favorablemente.

Algunas tendencias nuevas parecen hacer más por apoyar el sistema económico mundial imperante que por cuestionarlo, al posicionar el cambio social como un proceso gradual que se debe promover a nivel individual. Las estrategias de edu-entretenimiento, por ejemplo, desarrollan las ideas anteriores de mercadeo social al usar medios populares para promover los mensajes sociales. Ésta se ha convertido en una estrategia cada vez más aceptada en muchos países del mundo, tales como India y Brasil, desde que una radionovela peruana transmitida en 1969 resaltaba el progreso de una joven a través de su habilidad en el uso de una máquina de coser *Singer* (Singhal y Rogers 1989). Este tipo de intervención tiene el propósito de influir en las personas para que se propongan metas socialmente beneficiosas por medio de formatos mediáticos atractivos, pero se puede considerar que los proyectos de edu-entretenimiento promueven el cambio social de una manera que no cuestiona los sistemas económicos o políticos imperantes.

Asimismo, las nuevas tecnologías de comunicación se están usando en los proyectos de desarrollo en apoyo de designios económicos mundiales, en lugar de nacionales. Algunos consideran que las nuevas tecnologías de comunicación promueven un «cambio social y político irreversible» (Bugliarello 1995). Este marco supone que el movimiento hacia una estructura económica mundial es neutral y automático, y que no reconoce las conexiones políticas. Las tecnologías de comunicación, entonces, se desplazan de ser construidas como herramientas para la modernización a ser vehículos para la privatización.

El entusiasmo actual por las nuevas tecnologías de comunicación reemplaza el énfasis anterior puesto en los programas públicos del Estado-nación con un empuje hacia la privatización de las intervenciones públicas en un contexto mundial. Muchos programas emergentes que utilizan las nuevas tecnologías de comunicación para el desarrollo tratan de integrar a los participantes en una economía mundial de la información (Wilkins y Waters 1999). Como en muchos otros proyectos, un precepto central de este enfoque es que la inversión del sector privado es necesaria para desarrollar una infraestructura de información. Por consiguiente, se exhorta a los países menos adinerados a privatizar sus industrias culturales a fin de "participar" en esta globalización, tal como lo han hecho los países industrializados. Los riesgos potenciales de participar en esta comunidad mundial incluyen la pérdida de control de las industrias culturales, la pérdida de capital en favor de empresas multinacionales y la pérdida de poder sobre las decisiones respecto de las políticas pertinentes.

Esta integración en una economía mundial presenta una vez más posibles problemas de dependencia. Tal como sostiene Reeves (1993), la capacidad de producir y usar las nuevas tecnologías está concentrada en una elite de países (tales como Estados Unidos y Japón) y empresas multinacionales. Para que un país menos adinerado pueda usar estas tecnologías, tendría que adquirir el *hardware*, el *software* y el servicio de mantenimiento de estos grupos más adinerados, con lo cual se refuerzan las estructuras de dependencia (Schiller). Una inversión de esta índole no sólo aumentaría la deuda externa, sino que también desviaría recursos que podrían asignarse a servicios de salud, educación y otros servicios sociales necesarios. Por lo tanto, la presión de los organismos bilaterales y multilaterales e incluso de las ONG para que se invierta en infraestructura tecnológica podría alentar a los funcionarios gubernamentales locales a

ponerse al servicio de intereses comerciales en lugar de atender las necesidades sociales.

Otro planteamiento del papel de las nuevas tecnologías en el cambio social se centra en su uso como herramientas para la participación y el empoderamiento, especialmente en grupos marginales. La investigación en esta área recién está empezando, pero algunos estudios han documentado el uso de computadoras para promover el diálogo en las organizaciones de mujeres (Moseley 1995, Owen 1998), los sindicatos de trabajadores (Drew 1998) y otros grupos marginados (IDRC 1992).

Aunque los proyectos diseñados para promover la modernidad comercial mundial y los procesos participativos alternativos tienen a su disposición niveles de recursos sustantivamente diferentes y articulan metas enormemente divergentes, su discurso sobre la importancia de las nuevas tecnologías es extraordinariamente similar (Wilkins y Waters). Estos proyectos tan distintos parecen coincidir en los beneficios que entrañaría la globalización a través de la información digitalizada, sea para vincular al mercado mundial o a las comunidades de activistas. Ninguno de los dos marcos parece cuestionar los parámetros más amplios de un sistema que invita a las comunidades pobres a participar en un sistema comercial mundial.

Una reconstrucción de la comunicación para el desarrollo

Una reconstrucción del campo en función del poder requiere que consideremos la comunicación para el desarrollo como una intervención creada y justificada a través del discurso institucional que opera en un sistema mundial. Debemos reconsiderar la diferencia que estas estructuras y dinámicas han marcado en los intentos por promover el cambio social a través de la intervención estratégica. Un análisis como ése podría empezar por ubicar las fuentes de poder con el fin de atribuir responsabilidad a los agentes que lo detentan e identificar potenciales vías de resistencia. El uso de las tecnologías y procesos de comunicación para promover el cambio social no tiene necesariamente que implicar un planteamiento patriarcal. Para escapar a este ciclo, necesitamos reconocer los patrones problemáticos e intentar cambiarlos.

Bibliografía citada

Arendt, H. (1986). "Communicative Power" en Lukes, S. (ed.) *Power*. Oxford, U. K., Basil Blackwell.

Aron, R. (1986). "Macht, power, puissance: Democratic prose or demoniacal poetry?" en Lukes, S. (ed.) *Power*. Oxford, U. K., Basil Blackwell.

BASICS (1998). *Social Marketing Matters* 6. Partnership for Child Health Care, Inc.

Bugliarello, G. (1995). "The global generation, transmission, and the diffusion of knowledge: How can the developing countries benefit?" en *Marshaling technology for development: Proceedings of a symposium*. Washington D. C., National Academy Press.

Calabrese, A. (1997). "Global trade, the information society and the ambivalence of social movements". en International Association of Media and Communication Research Conference.

Crush, J. (1995). "Introduction" en Crush, J. (ed.) *Power of development*. New York, Routledge.

Downing, J. (1996). *Internationalizing media theory: Transition, power, culture*. London, U. K., Sage Publications.

Drew, J. (1998). "Global communications in the post-industrial age". Tesis de grado. Austin, University of Texas.

Escobar, A. (1995a). *Encountering development: The making and unmaking of the Third World*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Escobar, A. (1995b). "Imagining a post-development era" en Crush, J. (ed.) *Power of development*. New York, Routledge.

Escobar, A. (2000b). "Place, Power and Networks in Globalization and Postdevelopment" en Wilkins, Karin (ed.) *Re-developing Communications for Social Change*. Lanham, Rowman and Littlefield.

Ferguson, J. (1995). "From African socialism to scientific capitalism: Reflections on the legitimation crisis in IMF-ruled Africa" en Moore, D. B. y Schmitz, G. J. (eds.) *Debating development discourse: Institutional and popular perspectives*. New York, St. Martin's Press.

Foucault, M. (1986). "Disciplinary power and subjection" en Lukes, S. (ed.) *Power*. Oxford, U. K., Basil Blackwell.

Freire, P. (1983). *Pedagogy of the oppressed*. New York, Continuum.

Gamson, W. y Wolfsfeld, G. (1993). "Movements and media as interacting systems" en *Annals, APSS*, 528.

Gergen, M. M. y Gergen, K. J. (1983). "Interpretive dimensions of international aid" en *New Directions in Helping*, 3.

Gramsci, A. (1971). "Class consciousness" en Lukacs, G. (ed.) *History and class consciousness: Studies in Marxist dialectic*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

Habermas, J. (1986). "Hannah Arendt's communications concept of power" en Lukes, S. (ed.) *Power*. Oxford, U. K., Basil Blackwell.

Hornik, R. C. (1988). *Development communication, information, agriculture and nutrition in the Third World*. New York, Longman.

Hornik, R. C. (1989). "The knowledge-behavior gap in public information campaigns: A development communication view" en Salmon, C. T. (ed.) *Information campaigns: Balancing social values and social change*. Newbury Park, California, Sage.

Huesca, R. (1995). "A procedural view of participatory communication: Lessons from Bolivian tin miners' radio" en *Media, Culture and Society*, 17.

IDRC (International Development Research Centre) (1992). *101 Technologies: From the South for the South*. Ottawa, IDRC.

Lerner, D. (1962). *The passing of traditional society*. Glencoe, Illinois, Free Press.

Lukes, S. (1986). "Introduction" en Lukes, S. (ed.) *Power*. Oxford, U. K., Basil Blackwell.

MacDonald, L. (1995). "NGOs and the problematic discourse of participation: Cases from Costa Rica" en Moore, D. B. y Schmitz, G. J. (eds.) *Debating development discourse: Institutional and popular perspectives*. New York, St. Martin's Press.

Mackenzie, F. (1995). "Selective silence: A feminist encounter with environmental discourse in colonial Africa" en Crush, J. (ed.) *Power of development*. New York, Routledge.

McGuire, W. (1989). "Theoretical foundations of campaigns" en Rice, R. E. y Atkin, C. K. (eds.) *Public communication campaigns*. Newbury Park, California, Sage.

Melkote, S. R. (1991). *Communication for development in the Third World*. New Delhi, Sage.

Mitchell, T. (1991). "America's Egypt: Discourse of the development industry" en *Middle East Report*, 21 (2).

Mody, B. (1991). *Designing messages for development communication: An audience participation-based approach*. New Delhi, Sage.

Mohammadi, A. (1997). "Communication and the globalization process in the Third World" en Mohammadi, A. (ed.) *International communication and globalization: A critical introduction*. London, Sage.

Moore, D. B. (1995). "Development discourse as hegemony: Towards an ideological history 1945–1995" en Moore, D. B. y Schmitz, G. J. (eds.) *Debating development discourse: Institutional and popular perspectives*. New York, St. Martin's Press.

Moseley, E. S. (1995). *Women, information, and the future: Collecting and sharing resources worldwide*. Fort Atkinson, Wisconsin, Highsmith Press.

Olsen, M. E. y Marger, M. N. (1993). "Theoretical perspectives on power" en Olsen, M. E. y Marger, M. N. (eds.) *Power in modern societies*. Boulder, Colorado, Westview Press.

Owen, C. (1998). "New technologies and women's movements in Mexico". Tesis de masterado. Austin, University of Texas.

Parpart, J. (1995). "Post-modernism, gender and development" en Crush, J. (ed.) *Power of development*. New York, Routledge.

Prewitt, K. y Stone, A. (1993). "The ruling elites" en Olsen, M. E. y Marger, M. N. (eds.) *Power in modern societies*. Boulder, Colorado, Westview Press.

Putnam, L. y Pacanowsky, M. E. (eds.) (1983). *Communication and organizations: An interpretive approach*. Beverly Hills, Sage.

Rakow, L. (1989). "Information and power: Toward a critical theory of information campaigns" en Salmon, C. (ed.) *Information campaigns: Balancing social values and social change*. Newbury Park, California, Sage.

Reeves, G. (1993). *Communications and the Third World*. London, Routledge.

Rogers, E. (1976). "Communication and development: The passing of the dominant paradigm" en *Communication Research*, 3 (2).

Said, E. (1978). *Orientalism*. New York, Pantheon Books.

Said, E. (1993). *Culture and imperialism*. New York, Alfred A. Knopf.

Salmon, C. (1989). "Campaigns for social 'improvement': An overview of values, rationales, and impacts" en Salmon, C. (ed.) *Information campaigns: Balancing social values and social change*. Newbury Park, California, Sage.

Schiller, H. I. (1991). "Not yet the post-imperialist era" en *Critical Studies in Mass Communication*, 8.

Schön, D. (1979). "Generative metaphor: A perspective of problem-setting" en Orthony, A. (ed.) *Metaphor and thought*. Cambridge, U. K., Cambridge University Press.

Schramm, W. (1963). "Communication development and the development process" en Pye, L. (ed.) *Communications and political development*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Simmel, G. (1986). "Domination and freedom" en Lukes, S. (ed.) *Power*. Oxford, U. K., Basil Blackwell.

Singhal, A. y Rogers, E. (1989). "Prosocial television for development in India" en Rice, R. y Atkin, C. K. (eds.) *Public communication campaigns*. Newbury Park, California, Sage.

Skocpol, T. (1993). "The Potential Autonomy of the State" en Olsen, M. E. y Marger, M. N. (eds.) *Power in modern societies*. Boulder, Colorado, Westview Press.

Sreberny-Mohammadi, A. (1996). "International feminism(s): Engendering debate in international communications" en *Journal of International Communication*, 3 (1).

Staudt, K. (1985). *Women, foreign assistance and advocacy administration*. New York, Praeger.

Staudt, K. (1997). "Gender politics in bureaucracy: Theoretical issues in comparative perspective" en Staudt, K. (ed.) *Women, international development, and politics: The bureaucratic mire*. Philadelphia, Temple University Press.

Steeves, H. L. (1993). "Creating imagined communities: Development communication and the challenge of feminism" en *Journal of Communication*, 43 (3).

USAID (1993). *The substance behind the images: USAID and development communication*. Washington, D. C., USAID.

Wilkins, K. (1997). "Gender, power and development" en *Journal of International Communication*, December.

Wilkins, K. 1999. "Development discourse on gender and communication in strategies for social change" en *Journal of Communication*, 49 (1).

Wilkins, K. y Waters, J. (1999). "New technologies in development communication" en International Communication Association Conference.

Williams, G. (1995). "Modernizing Malthus: The World Bank, population control and the African environment" en Crush, J. (ed.) *Power of development*. New York, Routledge.

Wilkins, Karin Gwinn (2000). "Accounting for Power in Development Communication" en Wilkins, K. (ed.) *Redeveloping Communication for Social Change: Theory, Practice & Power*. Boulder, Colorado, Rowman & Littlefield Publishers, Inc. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Poder, conocimiento y control social en el desarrollo participativo

Extracto de *Participación: ¿La nueva tiranía?*

Uma Kothari

Puesto que la investigación participativa es una técnica para conocer a ciertas clases de sujetos, el tema de fondo aquí es un análisis de las técnicas de poder y los tipos particulares de conocimiento que esta metodología genera y reproduce. Este análisis, sostengo, desafiará algunas de las pretensiones de verdad de quienes practican la investigación participativa respecto de la validez de los datos recopilados y planteará preguntas sobre la medida en que representa el conocimiento local "verdadero". Lo importante en esto es que las tecnologías participativas utilizadas son eficaces para producir lo que se considera "verdad" o, por lo menos, algo más cercano a la "verdad" que otros métodos menos participativos, de arriba hacia abajo, de indagación y acumulación de conocimiento. Estas pretensiones de adquisición de un conocimiento "más verdadero" y, en el caso de algunos de sus adeptos, de empoderamiento de los participantes mediante su participación en el proceso, han conducido a la adopción abrumadora de las técnicas participativas en las políticas y las prácticas de desarrollo. En el discurso participativo, se presentan una serie de binarios, u oposiciones (véase Chambers 1997), tales como "los de arriba" y "los de abajo", Norte y Sur, conocimiento profesional y conocimiento local, que se evocan y ensayan continuamente como lemas populares de la participación y empoderamiento. Estas dicotomías establecen oposiciones investidas de nociones de lo moralmente "bueno" y lo moralmente "malo" y, por ende, el principal propósito de los métodos participativos del desarrollo se vuelve dedicarse a revertirlos, tal como refleja el título de uno de los libros de Chambers (1983), *Rural Development: Putting the Last First (Desarrollo rural: Poniendo lo último primero)*.

Las metodologías participativas, entonces, requieren la formulación y adopción de un marco en el que lo micro se contrapone a lo macro, los márgenes al centro, lo local a la elite, y los sin poder a los poderosos. Sin embargo, la concentración casi exclusiva en el nivel micro, en las personas consideradas impotentes y marginadas, ha reproducido el concepto simplista de que los focos de poder y control social se encuentran únicamente en los niveles macro y centrales. Estas dicotomías consolidan aún más el supuesto de que las personas que detentan el poder están situadas en los centros institucionales, mientras que aquellas que están subyugadas y sometidas al poder se encuentran en el nivel local o regional; de allí la valorización del "conocimiento local" y la creencia imperante en el empoderamiento de la "población local" a través de la participación. Foucault (1980), sin embargo, sostiene que:

> «El poder se debe analizar como algo que circula o, más bien, como algo que sólo funciona en forma de cadena. Jamás está localizado aquí o allá. [...] El poder se emplea y ejerce a través de una organización tipo red».

Por lo tanto, el análisis de Foucault nos exige que dejemos de concentrarnos en el centro y en las instituciones nacionales, tal como el gobierno, no porque esto permitiría que los sin poder hablen y sean escuchados, sino porque esas esferas macro de autoridad no son necesariamente los únicos conductores del poder. Subraya, más bien, la necesidad de explorar más en los puntos de poder locales y micro, porque:

> «Las formas hegemónicas o globales del poder dependen en primera instancia de aquellas prácticas "infinitesimales", compuestas de sus propias técnicas y tácticas particulares, que existen en las instituciones en los márgenes o en el nivel micro de la sociedad».

De modo que el poder está en todas partes y se puede analizar particularmente a través de la creación de las normas o costumbres sociales que se practican en todos los niveles de la sociedad. Esto desarma las dicotomías de macro/micro, central/local, poderoso/sin poder, en las que los primeros son poseedores del poder y los segundos los sujetos del poder. Más bien, todas las personas son vehículos de poder. Un análisis de las formas en las que el poder se extiende y transforma en distintos contextos micro o "cotidianos" podría ampliar nuestra comprensión de los tipos de control y dominación social más fácilmente identificables, tradicionalmente reconocidos como situados en el "centro", estén a nivel del Estado o en otras instituciones globales, o en manos de las elites locales. El poder, por tanto, se encuentra en la creación de normas y prácticas sociales y culturales en todos los niveles. En gran parte del discurso del desarrollo participativo, el "conocimiento popular" o el "conocimiento local" se percibe como un producto básico fijo que las personas tienen y poseen intrínsecamente. Pero en el presente se sostiene que el conocimiento se produce cultural, social y políticamente, y se reformula continuamente como una construcción normativa poderosa. El conocimiento, por lo tanto, es una acumulación de normas sociales, rituales y prácticas que, lejos de elaborarse aisladamente de las relaciones de poder, está enraizada en ellas (o contra ellas). Sin embargo, la creación de dicotomías de poder en el discurso participativo (los que tienen y los que no tienen) permite que el poder se revele no como un discurso social y político o como una práctica encarnada, sino sólo como una manifestación en las realidades materiales. De modo que los métodos participativos pueden descubrir quién obtiene qué, cuándo y dónde, pero no necesariamente el proceso por el cual esto sucede ni las maneras en que el conocimiento producido mediante las técnicas participativas es un conocimiento normalizado que refleja y articula las relaciones de poder más amplias de la sociedad.

El debate se centra ahora en las técnicas participativas como métodos de acumulación de conocimiento y pretende dilucidar los tipos de poder que se reproducen a nivel micro mediante el uso de estas técnicas, y también en cómo los participantes y los profesionales del desarrollo participativo son ellos mismos canales de poder. Los argumentos presentados aquí son que el desarrollo participativo puede fomentar una reafirmación del control y el poder de los individuos y grupos dominantes, que puede conducir a la reificación de las normas sociales a través de la autovigilancia y la creación de consensos, y que "purifica" el conocimiento y los espacios de participación mediante la codificación, clasificación y control de la información, y su análisis y (re)presentación. Aquí también se exploran las limitaciones de la participación en cuanto a su exigencia de que ciertos tipos de desempeños se realicen de determinadas maneras. Se sugiere que individuos y grupos pueden subvertir y subvierten la metodología y, al hacerlo, adquieren el control al moldear la forma de su participación a través de sus "desempeños" en la etapa de Evaluación Rural Participativa (ERP) y en su selección de la información que ocultan o eligen revelar. De este modo, para convertirse en actores y agentes sociales, subvierten el poder del desarrollo y socavan los discursos participativos. Esta subversión no siempre requiere su inclusión en procesos de participación como los propugnados por la ERP, ya que a menudo se plasman en actos de autoexclusión y no participación.

Reafirmación del poder y control social

Los métodos participativos para la investigación y planificación del desarrollo tratan de desafiar las relaciones de poder evidentes de la sociedad al reconocer el control que ciertos individuos tienen sobre otros. Esto se basa en el reconocimiento de que

quienes detentan poco poder tienen oportunidades limitadas de expresar sus intereses y necesidades y, en general, se les excluye de los procesos de toma de decisiones clave y su conocimiento es considerado insignificante. Sin embargo, pese a los objetivos de los métodos participativos y las pretensiones de los profesionales del desarrollo participativo, especialmente respecto del empoderamiento de los carentes de poder, se sostiene que los métodos participativos de indagación simplifican la naturaleza del poder y, por lo tanto, corren el riesgo de fomentar una reafirmación del poder y el control social no sólo de ciertos individuos y grupos, sino también de conjuntos particulares de conocimientos.

El acto mismo de la inclusión, de ser enrolado como participante, puede simbolizar un ejercicio de poder y control sobre una persona. Tal como sugiere Geof Wood (1999), hay formas de "incorporación adversa" en las que el acto o proceso de inclusión no siempre es beneficioso para los grupos previamente excluidos. Cohen (1985) también señala que hay modos insidiosos de control por inclusión. Sugiere que los programas diseñados para incorporar a los excluidos a menudo producen formas de control que son más difíciles de desafiar, ya que reducen los espacios de conflicto y son relativamente benignos y liberales. Con la promesa de la ayuda al desarrollo, las personas que tienen más motivos para desafiar y confrontar las relaciones y estructuras de poder son incorporadas, e incluso compradas para incorporarse, en el proceso de desarrollo, de maneras que les quitan el poder de desafiar las jerarquías y desigualdades imperantes de su sociedad; de allí el control por inclusión y la inducción a la conformidad.

Poder y control social

Los enfoques participativos del desarrollo abordan la identificación, la recolección, la interpretación, el análisis y la (re)presentación de modos particulares de conocimiento (local) Sin embargo, no es ampliamente sabido que la producción y representación del conocimiento es inseparable del ejercicio del poder. Así, como escribe Mosse (1995), «los métodos participativos públicos parecen no ser buenos instrumentos para el análisis de las relaciones de poder locales, toda vez que están moldeadas por las relaciones mismas que están siendo investigadas».

El poder no sólo se manifiesta en el trabajo de los agentes del desarrollo sino también más ampliamente en el de otros intermediarios culturales, como los intérpretes. Así, hay muchas articulaciones del poder a través del proceso participativo y en el contexto más amplio en el cual el conocimiento se (re)produce. Los trabajadores del desarrollo, en tanto intérpretes del mundo social, ejercen un control económico a través del desembolso de la ayuda y los recursos, que están asignados sobre la base de las agendas de los donantes externos y sus políticas, y no necesariamente responden a la información recogida por las prácticas de la evaluación rural participativa.

El análisis de Foucault (1977) sobre el poder resulta útil para comprender la naturaleza del control social cotidiano. Él se ocupó de examinar el modo en que las relaciones de poder en la desigualdad se crean y mantienen de modo más sutil y difuso a través de prácticas sociales ostensiblemente humanas y profundamente adoptadas. De modo que si bien los enfoques participativos del desarrollo intentan revelar conocimientos subyugados, que han sido descalificados como insuficientes o insignificantes, persisten en la práctica formas participativas de control y dominio que no están articuladas simplemente en la relación directa e inmediata entre el participante y el observador, sino también en una relación construida mediante todo tipo de prácticas y rituales sociales.

Bibliografía citada

Chambers, R. (1983). *Rural Development: Putting the Last First.* London, Longman.

Chambers, R. (1997). *Whose Reality Counts? Putting the First Last.* London, IT Publications.

Cohen, S. (1985). *Visions of Social Control.* Cambridge, U. K., Polity Press.

Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison.* Harmondsworth, Penguin.

Foucault, M. (1980). *Power! Knowledge: Selected Interviews and Other Writings.* Brighton, Harvester Wheatsheaf.

Mosse, D. (1995). "Social Analysis in Participatory Rural Development" en *PLA Notes*, 24. London, IIED.

Wood, G. (1999). "Concepts and Themes: Landscaping Social Development" en *DFID*. London.

Kothari, Uma (2001). "Power, Knowledge and Social Control in Participatory Development" en Cooke, Bill y Kothari, Uma (eds.) *Participation: The New Tyranny?* London/New York, Zed Books. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Globalización y crisis de la representación

Extracto de *Reconfiguraciones comunicativas de lo público*

Jesús Martín Barbero

> Quizá la política no sea ya lo que imaginábamos hasta hace poco que era, y la gente no esté dispuesta a seguir invirtiendo tiempo y energía en los ritos de marcha, la concentración y el desfile o los actos de identificación colectiva. Es probable que al aumentar los niveles educacionales de los ciudadanos y extenderse la comunicación de imágenes televisadas, al enfriarse la contienda ideológica y dilatarse los derechos del individuo, al perder gravitación los partidos y diversificarse los derechos de la gente, la política cambie de ubicación y sentido».
>
> José Joaquín Brunner

El globo ha dejado de ser una figura astronómica para adquirir plenamente significación histórica, afirma el sociólogo O. Ianni (1996a). Pero esa significación es aún profundamente ambigua y hasta contradictoria. ¿Cómo entender los cambios que la globalización produce en nuestras sociedades sin quedar atrapados en la ideología mercantilista que orienta y legitima su actual curso, o en el fatalismo tecnológico que legitima el desarraigo acelerado de nuestras culturas? Identificada por unos con la única gran utopía posible, la de un solo mundo compartido, y por otros con la más terrorífica de las pesadillas, la de la sustitución de los hombres por las técnicas y las máquinas, la globalización pesa tanto o más sobre el plano de los imaginarios cotidianos de la gente que sobre el de los procesos macrosociales. Hay, sin embargo, algunas dimensiones de la globalización que sí empezamos a comprender, y son justamente aquellas que atañen a la transformación en los modelos y los modos de la comunicación. Entender esas transformaciones nos exige, en primer lugar, un cambio en las categorías con que pensamos el espacio, pues al transformar el sentido del lugar en el mundo, las tecnologías de la información y la comunicación están haciendo que un mundo tan intercomunicado se torne sin embargo cada día más opaco. Una opacidad que remite, de un lado, a que la única dimensión realmente mundial hasta ahora es el mercado, que más que unir lo que busca es unificar (Santos 1993, 1996), y lo que hoy es unificado a nivel mundial no es el deseo de cooperación, sino el de competitividad. Y, de otro lado, la opacidad remite a la densidad y compresión informativa que introducen la virtualidad y la velocidad en un espacio mundo hecho de redes y flujos, más que de encuentros. Un mundo así configurado debilita radicalmente las fronteras de lo nacional y lo local, al mismo tiempo que convierte esos territorios en puntos de acceso y transmisión, de activación y transformación del sentido del comunicar. Y, sin embargo, nos sigue siendo imposible habitar el mundo sin algún tipo de anclaje territorial, de inserción en lo local, ya que es en el lugar, en el territorio, donde se despliega la corporeidad de la vida cotidiana y la temporalidad —la historia— de la acción colectiva, que son la base de la heterogeneidad humana y de la reciprocidad, rasgos fundacionales de la comunicación humana, lo cual exige plantear que el sentido de lo local no es unívoco, pues uno es el que resulta de la fragmentación, producida por la deslocalización que entraña lo global, y otro la revalorización de lo local como ámbito donde se contrarresta (o complementa) la globalización, su autorrevalorización como derecho a la autogestión y la memoria propia, ambos ligados a la capacidad de construir relatos e imágenes de identidad, lo que no puede confundirse con la regresión a los particularismos y los fundamentalismos racistas y xenófobos que, aunque motivados en parte por la misma globalización, acaban siendo la forma más extrema de la negación del otro, de todos los otros.

Entonces, es necesario diferenciar las lógicas unificantes de la globalización económica de las que mundializan la cultura, pues la mundialización cultural no opera desde afuera sobre unas esferas dotadas de completa autonomía, como serían las de lo nacional o lo local. «Sería impropio hablar de una "cultura mundo" cuyo nivel jerárquico se situaría por encima de las culturas nacionales o locales. El proceso de mundialización es un fenómeno social total, que para existir se debe localizar, enraizarse, en las prácticas cotidianas de los hombres» (Ortiz 1994). La mundialización no puede entonces confundirse con la estandarización de los diferentes ámbitos de la vida, que fue lo que produjo la revolución industrial. Ahora nos encontramos ante otro tipo de proceso, que se expresa en la cultura de la modernidad mundo, que es una nueva manera de estar en el mundo, de la que hablan los hondos cambios producidos en el mundo de la vida: en el trabajo, la pareja, el vestido, la comida, el ocio. Y en los nuevos modos de inserción en, y percepción de, el tiempo y el espacio, con todo lo que ellos implican de descentralización que concentra poder y del desarraigo que empuja a las culturas a hibridarse, que es lo que sucede cuando los medios de comunicación y las tecnologías de la información se convierten en productores y vehículos de la mundialización de imaginarios ligados a músicas e imágenes que representan estilos y valores desterritorializados, y a los que corresponden también nuevas figuras de memoria.

La mundialización de la cultura reconfigura también el sentido de la ciudadanía:

> «De tanto crecer hacia fuera, las metrópolis adquieren los rasgos de muchos lugares. La ciudad pasa a ser un caleidoscopio de patrones y valores culturales, lenguas y dialectos, religiones y sectas, etnias y razas. Distintos modos de ser pasan a concentrarse y convivir en el mismo lugar, convertido en síntesis del mundo» (Ianni 1996b).

Al mismo tiempo, vemos aparecer la figura de una ciudadanía mundial inaugurando nuevos modos de representación y participación social y política (Kymlicka 1996). Las fronteras que constreñían el

campo de la política y los derechos humanos hoy no son sólo borrosas sino móviles, cargando de sentido político los derechos de las etnias, las razas, los géneros. Lo cual no debe ser leído ni en la clave optimista de la desaparición de las fronteras y el surgimiento (¡al fin!) de una comunidad universal, ni en la catastrofista de una sociedad en la que la «liberación de las diferencias» acarrearía la muerte del tejido societario, de las formas elementales de la convivencia social. Como lo ha señalado J. Keane (1995), existe ya una esfera pública internacional que moviliza formas de ciudadanía internacional, como lo muestran las organizaciones internacionales de defensa de los derechos humanos y las ONG que, desde cada país, median entre lo transnacional y lo local.

Con la globalización el proceso de racionalización parece estar llegando a su límite: después de la economía son los mundos de la política y la cultura los racionalizados. En su genealogía de las relaciones entre secularización y poder, Marramao (1983, 1994) centra su reflexión sobre la obra de Weber en la idea, compartida con F. Tönnies, de que la racionalización constitutiva de la moderna sociedad iba a significar la ruptura con cualquier forma orgánico-comunitaria de lo social y su reorganización como «mundo administrado», aquél en el que la política no puede comprenderse por fuera de la burocracia, que es el modo «formalmente más racional de ejercicio del poder», lo que implicaría la pérdida de los valores tradicionales de respeto y autoridad, es decir, la «ruptura del monopolio de la interpretación» que venía forjándose desde la Reforma protestante. Esa ruptura y pérdida harán parte del largo proceso de conformación de una jurisdicción secular de la soberanía estatal, esto es, de la constitución del Estado moderno. Sólo a fines del siglo XVIII la idea de secularización se convertirá en la categoría que hace explícita la concepción unitaria del tiempo histórico: del tiempo global de la historia del mundo. Hegel ya había llamado «mundanización» al proceso formativo de la esfera global mundana, que es la que hoy resulta del cruce del proceso de secularización con el de globalización.

¿Será el sistema mundo (Wallerstein 1999) de la globalización el punto de llegada del desencantamiento de la política de la mano del desarrollo tecnológico y la racionalidad administrativa? Es lo que Vázquez Montalbán (1995) plantea, con su acostumbrada ironía, cuando afirma que hacer política hoy es elaborar un Presupuesto General del Estado lo más ajustado posible al interés general, para lo cual los saberes que el político necesita son dos: el jurídico-administrativo y el de comunicación publicitaria. Primera paradoja: el desencantamiento de la política transforma al espacio público en espacio publicitario, convirtiendo al partido en un aparato medio especializado de comunicación, y deslegitimando cualquier intento de reintroducir la cuestión de los fines. ¿Para qué, si la «ética del poder» legitima la doble verdad, la doble contabilidad, la doble moral, y el carisma puede ser fabricado por la ingeniería mediática? Segunda paradoja: después de la caída del Muro, ¿tiene sentido seguir hablando de democracia? Es bien sintomático que sea un agnóstico, como Vázquez Montalbán, quien introduzca la cuestión del sentido en la política: «Necesitamos una idea de finalidad, que se parezca, sin serlo, a una propuesta trascendente. Y para ello hay que considerar la sabiduría de lo que nos ha dado el negativo de esas ideas de finalidad, bien sea por la vía religiosa o la de las ideologías». Pero la ausencia de sentido en la política remite más allá de la corrupción del poder y de la ingeniería mediática a «la desaparición del nexo simbólico capaz de constituir alteridad e identidad» (Augé 1995, Castoriadis 1993). Esta abstracción viene a conectar, paradójicamente, con otra dimensión de la *mass-mediación* política: frente al "viejo" militante que se definía por sus convicciones, y una relación pasional (cuasi corpórea) con "la causa", el telespectador de la política es una pura abstracción, parte del porcentaje de una estadística. Y es a esa abstracción a la que se dirige el discurso político televisado, pues lo que busca ya no son adhesiones, sino puntos en la estadística de los posibles votantes. Aunque aún sobreviven en nuestros países el tono y la retórica de la política en la calle, hoy es casi impensable una

identificación pueblo/líder como la que producía un grito en el discurso de un caudillo. En la televisión ese grito no sólo no resuena, sino que sería una *gaffe* que le costaría muchos votos al candidato: frente a la muchedumbre imprevisible que se reunía en la plaza, conformando una «colectividad de pertenencia», lo que ahora tenemos es la desagregada, individualizada, experiencia de los televidentes en casa. La atomización de los públicos trastorna no sólo el sentido del discurso político, sino también aquello que le daba sustento, el sentido del lazo social, esto es «el conjunto de las relaciones simbolizadas (admitidas y reconocidas) entre los hombres».

Si los públicos de la política casi no tienen rostro y son cada vez más una estadística, ése es un cambio que no produce la televisión sino la sociedad, y que la televisión se limita a catalizar. Es el proceso de abstracción que está a la base de la modernidad —y del capitalismo—: el desencantamiento del mundo por una racionalización que deja sin piso las dimensiones mágico-misteriosas de la existencia humana, esa "jaula de hierro" en la que reina la razón instrumental, que al operativizar el poder fáustico, cognitivo y tecnológico del hombre, convierte al mundo en algo predecible y dominable pero también frío, insignificante e insípido. *Secular* significa para Weber una sociedad en la que la desaparición de las seguridades tradicionales resquebraja los lazos que hacían la integración de la ciudad. Con esa desintegración conecta la atomizada, la socialmente desagregada experiencia de lo político que procura la televisión, pero en esa experiencia no hay únicamente repliegue sobre lo privado, sino una profunda reconfiguración de las relaciones entre lo privado y lo público, la superposición de sus espacios y el emborronamiento de sus fronteras. Lo que identifica la escena pública con lo que pasa en la televisión no son únicamente las inseguridades y violencias de la calle, sino la complicidad del *sensorium* que moviliza la televisión con el de la ciudad no lugar (Augé 1993). La atomización de los públicos de la política, y su transformación en audiencias sondeables, es inseparable de la doble crisis que atraviesa la representación: la del desgaste de las dimensiones simbólicas, que la mediación tecnológica cataliza pero no explica, pues remiten al déficit de sentido que experimenta lo social, y la que introduce la política neoliberal deteriorando los mecanismos básicos de la cohesión sociopolítica. En efecto, el pueblo que se tomaba políticamente la calle al público que semanalmente iba al teatro o al cine, la transición conservaba el carácter activo y colectivo de la experiencia, pero del público de cine a las audiencias de televisión el desplazamiento señala una mutación: la pluralidad social sometida a la lógica de la desagregación radicaliza la experiencia de la abstracción políticamente no representable. La fragmentación de la ciudadanía es entonces tomada a cargo por el mercado que, mediante el *rating*, se ofrece a la política como su mediador.

La política se ha vuelto incapaz de poner en comunicación el mundo de la economía (de la producción, del mercado) con los mundos de vida (de las identidades y la construcción del sentido). Se trata de una incapacidad que guarda estrecha relación con su concepción racionalista, a la que se refiere Alain Touraine (1997) cuando observa que la vida política ha sido considerada como el ámbito perteneciente al orden de la razón y la ley, mientras que la vida privada se halla regida por la tradición, y su ámbito es el de la familia, el sentimiento y la pasión. Ese maniqueísmo se convierte en esquizofrenia colectiva cuando la globalización completa la separación entre la racionalidad de la economía y el mundo de las identidades. Es lo que Castells (1997) plantea lúcidamente al analizar la sociedad red en cuanto regida, de un lado, por el mundo de la racionalidad económica —basada en los flujos globales de riqueza, tecnología, información y poder— y, de otro, regida por el mundo intersubjetivo de las identidades enraizadas en el *terrorio* y las tradiciones. El quiebre de la capacidad comunicativa de la política se ve agravado cuando la globalización exaspera hasta hacer alucinar a las identidades básicas, a las identidades que echan sus raíces en los tiempos largos. La política se queda sin lenguaje que le permita mediar entre la racionalidad mercantil y la pasión identitaria.

Vivimos hoy otra perturbación del sentimiento histórico que incide aún más fuertemente en la crisis de la representación, es la que afecta a lo nacional, y que paradójicamente resultaría, según P. Nora, de la tardomoderna pasión por la memoria: «El relevo del mito nacional por la memoria supone una mutación profunda: un pasado que ha perdido la coherencia organizativa de una historia se convierte por completo en espacio patrimonial» (Nora 1992). Y una memoria nacional edificada sobre la reivindicación patrimonial estalla, se descentra, se divide y se multiplica hasta desintegrarse. Cada región, cada localidad, cada grupo —los costeños, los indígenas, las mujeres— reclama el derecho a su memoria. «Poniendo en escena una representación fragmentada de la unidad territorial de lo nacional, los lugares de memoria celebran paradójicamente el fin de la novela nacional» (Monguin 1994), que era la que dotaba de legitimidad tanto a la palabra del intelectual como al discurso de los políticos. Pero, ¿en nombre de quién hablan hoy esas voces, cuando el sujeto social unificado en las figuras/categorías de pueblo y de nación estalla, desnudando el carácter problemático y reductor de las configuraciones de lo colectivo y lo público? La desintegración del lazo social tiene hoy un escenario clave en el ámbito del trabajo. Giuseppe Richeri (1989) ha referido lúcidamente la desintegración sufrida por la política en Italia a las secretas conexiones entre la fragmentación constitutiva del discurso público que produce la televisión y la disgregación del tejido de tradiciones e interacciones que daban consistencia al sindicato y al partido político de masas: las fábricas se descentralizan, las profesiones se diversifican y se hibridan, los lugares y las ocasiones de interacción se reducen, al mismo tiempo que la trama de intereses y objetivos políticos se desagrega. Y en cuanto a los partidos, también la pérdida de los lugares de intercambio con la sociedad, el desdibujamiento de las maneras de enlace, de comunicación de los partidos con la sociedad produce su progresivo alejamiento del mundo de la vida social, hasta convertirse en puras maquinarias electorales cooptadas por las burocracias del poder. La elección del magnate de la televisión italiana, Berlusconi, como primer ministro —y el peso que la coalición que él preside ha conseguido— dejaría de ser mera coincidencia para tornarse síntoma de la nueva trama discursiva de que está hecha la representación política. Lo que ahí se configura no es la disolución de la política, sino la reconfiguración de las mediaciones en que se constituyen sus modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohesionan una sociedad.

Pues, aunque atravesados por las lógicas del mercado, los medios de comunicación constituyen hoy espacios decisivos del reconocimiento social. Más que a sustituir, la mediación televisiva o radial ha entrado a constituir, a hacer parte de la trama de los discursos y de la acción política misma, ya que lo que esa mediación produce es la densificación de las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política. Es la especificidad de esa producción la que queda impensada y, en cierta medida, impensable, para la concepción instrumental de la comunicación que permea la mayor parte de la crítica. Porque el medio no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública. En los medios se hace, y no sólo se dice, lo público. Cuando una emisora radial le da la palabra a una mujer de un barrio popular para que le cuente al jefe del acueducto en persona que en su barrio llevan más de dos meses sin agua, y el funcionario se compromete públicamente a que en dos semanas estará solucionado el problema, ahí se reconfigura lo público, sentimentalizado y vedetizado, pero la presencia de esas dimensiones afectivas y rituales, que el medio sin duda potencia, no despolitiza la acción, sino que reintroduce en la racionalidad formal las mediaciones de la sensibilidad que el racionalismo del "contrato social" creyó poder (hegelianamente) superar. Lo que nos conduce a la pregunta por los cambios en la sensibilidad que están mediando las transformaciones de la socialidad.

Bibliografía citada

Arendt, H. (1993). *La condición humana.* Barcelona, Paidós.

Augé, M. (1993). *Los "no lugares". Espacios de anonimato.* Barcelona, Gedisa.

Augé, M. (1995). *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos.* Barcelona, Gedisa.

Castells, M. (1997). *La era de la información*, Vol. 1: *La sociedad red.* Madrid, Alianza Editorial.

Castoriadis, C. (1993). *El mundo fragmentado.* Montevideo, Altamira.

Ianni, O. (1996a). *Teorías de la globalización.* México, Siglo XXI.

Ianni, O. (1996b). "Naçao e globalizaçao" en Ianni, O. *A era do globalismo.* Rio de Janeiro, Civilizaçao Brasileira.

Keane, J. (1995). "Structural Transformation of the Public Sphere" en *The Communication Review*, Vol. 1, 1. University of California.

Kymlicka, W. (1996). *Ciudadanía multicultural.* Barcelona, Paidós.

Lechner, N. (2000). "La democratización en el contexto de una cultura postmoderna" en Lechner, N. *Cultura política y democratización.* Santiago, Flacso/Clacso/ICI.

Marramao, G. (1983). *Potere e secolarizzazione-Le categorie del tempo.* Milano Editori Reuniti.

Marramao, G. (1994). *Cielo e Terra: genealogia della secolarizzazione.* Turino, Laterza.

Monguin, O. (1994). "Una memoria sin historia?" en *Punto de vista*, 49. Buenos Aires.

Nora, P. (1992). *Les lieux de mémoire*, Vol. III. Paris Gallimard.

Ortiz, R. (1994). "Cultura e modernidade-mundo" en *Mundializaçao e cultura.* São Paulo, Brasiliense.

Rey, G. (1998). Balsas *y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas.* Bogotá, CEREC/Fundación social/FESCOL.

Richeri, G. (1989). "Crisis de la sociedad y crisis de la televisión" en *Contratexto*, 4. Lima.

Santos, M. (1993). "Espaço, mundo globalizado, pos-modernidade" en *Margen*, 2. São Paulo.

Santos, M. (1996). *A natureza do espaço: técnica e tempo.* São Paulo, Hucitec.

Sennet, R. (1997). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental.* Madrid, Alianza Editorial.

Touraine, A. (1997). "La décomposition de l'ordre politique" en Wieviorka, M. *Une societé fragmenté?* Paris, La Découverte.

Vázquez Montalbán, M. (1995). *Panfleto desde el planeta de los simios.* Barcelona, Crítica-Grijalbo.

Wallerstein, I. (1999). "A cultura e o sistema-mundo" en Featherstone, M. (org.), *Cultura global. Nacionalismo, cultura e modernidade.* Petrópolis, Vozes.

Martín Barbero, Jesús (2001). "Reconfiguraciones comunicativas de lo Público" en *Anàlisi*, 26. Barcelona. Reproducción autorizada por el autor.

¿Tiene sentido?

Extracto de *La validez y la evaluación en la investigación de la comunicación*

Jan Servaes

> La investigación en Occidente [...] es la investigación del control social. [...] Tiende [...] a reflejar los valores y reforzar el sistema en el cual se ha concebido, sustentado y realizado. [...] No se ha caracterizado por planteamientos especulativos y reflexivos [...] la consideración de alternativas, o la cautela y la tolerancia [...] sino por dogma, declaraciones doctrinarias, uso selectivo de pruebas, afirmaciones no fundamentadas [...] arrogancia e intolerancia hostil. [...] Las posturas, firmemente sostenidas por los nuevos sumos sacerdotes, no toleran contradicciones y las pruebas no deben [...] interponerse en el camino de la fe».
>
> Jim Halloran (1981)

Toda investigación empieza con algún conjunto de supuestos que no han sido comprobados, pero en los que se *cree*. La investigación positivista, que comprende el grueso de la investigación moderna de la comunicación y el desarrollo, se deriva del presupuesto de que todo el conocimiento se basa en una realidad observable y que los fenómenos sociales se pueden estudiar sobre la base de metodologías y técnicas adoptadas de las ciencias naturales. En otras palabras, la "realidad" *existe* fuera de nuestra interpretación de ella. Podemos percibirla, comprenderla, predecirla y controlarla objetivamente. Los científicos sociales, entusiasmados con la noción de un universo predecible, concluyeron por ende que si aplicaban los métodos de la ciencia positivista al estudio de los asuntos humanos sería posible predecir y, en última instancia, controlar el comportamiento social humano. Más aún, sus premisas metodológicas y supuestos epistemológicos se basan casi exclusivamente en la experiencia y cosmovisión occidental, una visión que considera que el mundo es un fenómeno que se puede controlar, manipular y explotar.

Los investigadores tanto cuantitativos como cualitativos reconocen hoy cada vez más la debilidad de una postura puramente objetivista. Pero, a la vez, sostiene Jacobson (1993), tampoco se puede considerar que la respuesta corriente a este reconocimiento sea satisfactoria:

> «Esta respuesta sostiene básicamente que si tratamos de no adoptar posturas de valor, entonces podemos seguir diciendo que hacemos ciencia social. Esto efectivamente constituye un reconocimiento de que una objetividad absoluta ya no es posible, pero no reemplaza el liberarse de valores con algo sustancial. La insuficiencia de esta respuesta parece ser muy probablemente el motivo de que los investigadores participativos consideren que el objetivismo sigue siendo inherente a las prácticas de muchos científicos sociales».

Me propongo delinear las características y méritos relativos de los métodos cuantitativos, cualitativos y participativos de investigación y destacar algunos de los temas filosóficos que los apuntalan. Sin embargo, adopto el argumento de Bryman (1984) de que *no* es posible establecer una simetría clara entre las posturas epistemológicas y las técnicas asociadas de investigación social y, por consiguiente, a menudo se confunden unas con otras:

> «Puede ser que a nivel técnico la distinción cuantitativa/cualitativa sea bastante artificial. [...] A nivel epistemológico, la distinción es menos evidentemente artificial, ya que los principios subyacentes se refieren a visiones fundamentalmente diferentes de la naturaleza de las ciencias sociales, que se han resistido a una conciliación desde hace mucho tiempo».

O bien, como afirma Saneh Chamarik (1993): «En la ciencia social, el planteamiento y la metodología no son sólo una cuestión de técnica y experiencia, sino que representan esencialmente una actitud mental, es decir, una especie de proposición moral».

Por lo tanto, quisiera referirme otra vez a la distinción hecha anteriormente entre los modelos de difusión mecanicista y los participativos orgánicos. A diferencia del científico que aspira a entender el mundo tal como éste existe "allá afuera", el modelo participativo se centra fundamentalmente en el mundo inmediato de los participantes, su análisis de ese mundo y su acción subsiguiente en el mismo. Sin embargo, como se ha sostenido, ambos modelos se deben considerar como opuestos en un continuo.

Más aún, se debe afirmar desde un principio que una metodología sumamente rígida sirve para limitar más que ampliar el entendimiento humanista, en perjuicio tanto del investigador como de los "investigados". La distancia, la renuencia a "contaminar" el diseño de la investigación en el contexto social dinámico, holístico y humano, alegando que se está trabajando para mayor beneficio de los investigados, se debe impugnar, si no sobre una base metodológica, sobre una moral. Dado este distanciamiento, muchos investigadores, llámense cuantitativos, cualitativos o participativos, asumen un carácter en gran medida parasítico y aportan poco a quienes investigan. Brincando de país en país, o de aldea en aldea, muchos investigadores tanto occidentales como locales realizan su "safari" e "investigación de aeropuertos", recopilan datos y regresan a la universidad a escribir sobre ello, con la esperanza de que se les publique en una revista prestigiosa. Los sujetos del estudio no se enteran de los resultados y no obtienen beneficio alguno, salvo a través de un largo ciclo deformante de investigación tradicional y acción social de arriba hacia abajo.

No obstante, no se afirma que la totalidad de la investigación empírica o la indagación académica carece de valor. *La intención no es rechazar la ciencia, sino definir debidamente su lugar en el conocimiento humano.*

La academia

Antes de emprender una evaluación de los diversos métodos de investigación, algunas palabras acerca del grupo social más interesado en la perpetuación de las prácticas de investigación altamente complejas, que exigen ante todo una metodología "correcta": la academia. Al igual que las burocracias, las instituciones académicas se esfuerzan por obtener resultados que retraten sus actividades de manera concisa y altamente visible, por motivos de estatus entre sus pares, así como de subsistencia personal y organizacional. Todos conocen la regla de "publicar o perecer", y quienes van contra la corriente o abordan su tarea de manera no ortodoxa ponen en riesgo sus carreras personales. No le corresponde al individuo cuestionar los paradigmas imperantes ni las metodologías aceptadas. Por consiguiente, la mayoría de los académicos continúa siguiendo las modas intelectuales del día. En general, sus conocimientos especializados suscitan poca divergencia de las opiniones imperantes en su grupo o clase social (Long y Long 1992). Thayer (1983) vincula esto a tendencias reduccionistas y escribe que no sólo parece más científico «ocuparse de fragmentos; también es mucho más seguro. Si los fines de su labor son a veces irrelevantes o triviales o equívocos, no importa demasiado, porque no se distinguen por los fines sino por los medios». En consecuencia, las instituciones de educación superior a menudo han mantenido su distancia de las necesidades de la mayoría de su clientela rural.

Nuevas formas de acceso al sistema de educación superior y cambios estructurales en el mismo deberían ser materia de profunda consideración. *La búsqueda de la verdad sucumbe a la búsqueda de financiamiento, que se supedita a la ideología*. Por lo tanto, aunque se supone que la academia debe ser un "mercado de ideas" y un foro para el libre debate, a menudo se convierte en parte del mercado. Por consiguiente, acusa Simbulan (1985): «Muchos académicos se han convertido en prostitutos académicos u oportunistas académicos que, tratando de superar su empobrecimiento material aprovechando las extensas fuentes de fondos para la investigación del *establishment* se han empobrecido moralmente». Con el tiempo, los parámetros bajo los cuales operan los investigadores pueden constituir, para ellos, una realidad social.

Tienden a ver sólo lo que sus pantallas terminísticas (o filtros de interpretación) les permiten nombrar y a hacer lo que predispone el vocabulario paradigmático. Ven sus límites como los límites del mundo, no como una frontera más o menos arbitraria entre lo que saben y lo que no. Dichas tendencias son también degradantes para el investigador.

Debido a la aplicación y uso generalizado de los modelos, construcciones y metodologías occidentales, los intelectuales en el llamado Tercer Mundo dependen, tristemente, de sus vínculos con Occidente para obtener estatus y aceptación. Juan Díaz Bordenave (1977) exhorta a los académicos a superar esta «compulsión por percibir nuestra propia realidad a través de conceptos e ideologías extranjeras y a aprender a mirar la comunicación y la adopción desde una nueva perspectiva». Al remedar metodologías extranjeras y en su esfuerzo por establecer estándares más rigurosos y un control más estricto, la investigación en las ciencias sociales se ha alejado cada vez más del dinámico contexto social que ostensiblemente trata de comprender.

Rajesh Tandon (1981), por lo tanto, aboga en contra de una situación en la que una elite de investigación, sea extranjera o local, dicta lo que es válido y lo que no. «Todo este juego se ha organizado tanto que todo lo que se encuentre fuera de él se considera no científico. Todo lo que se encuentre fuera no es conocimiento». No obstante, y una vez más, la afirmación no es que la totalidad de la investigación empírica o la indagación académica no tengan valor. La intención es definir debidamente su lugar en el conocimiento humano.

1. Métodos de investigación cuantitativos

La lógica y el sentido común nos dicen que lo que se llama *objetividad* existe. También nos dicen que el abejorro puede volar. Pero, según las leyes de la física, el abejorro no puede volar. El "sentido común" es sólo eso, *sentido común*:

> «El progreso humano se ha logrado invariablemente en momentos en que las personas estaban dispuestas a abandonar el enfoque del sentido común. Durante incontables milenios, los seres humanos se aferraban a las costas y no se hacían a la mar porque pensaban que se iban a caer del horizonte. Asimismo, el sentido común nos dice que la materia es sólida, que la tierra es plana y que el sol gira alrededor de la tierra» (Jayaweera 1986).

Se alega que la investigación social y la investigación del desarrollo son objetivas, neutrales y, por lo tanto, científicas. Sin embargo, en la realidad a menudo se convierte en un instrumento en manos de la elite poderosa para racionalizar su control del pueblo. Por lo tanto, como Halloran (1981) sostiene: «de lo que estamos hablando ahora es de ideología, y en la investigación de la comunicación de masas, como en otras áreas, hay un número creciente de ideólogos que presenta su trabajo como ciencia social [...] todo depende de a qué se refiere uno con ideología y a qué se refiere uno con ciencia social».

Objetividad y subjetividad

El problema subyacente de la persistente postura de "objetividad" es que, al suponer que los significados de las condiciones de vida de los sujetos son independientes de dichos sujetos, los investigadores de los estudios humanos y sociales suponen que ellos también son independientes de cómo perciben a dichos sujetos o de los fenómenos que están estudiando.

El presente argumento rechaza ese supuesto. El ídolo tiene pies de barro. De manera similar al concepto de lógica relativa, la afirmación es que la "objetividad" no es más que una subjetividad en la que concuerda un conjunto dado de individuos. Se refiere a lo que experimenta un número de sujetos o jueces; en suma, a fenómenos de dominio público. Por lo tanto, tal como observa Dervin (1982):

> «Ningún ser humano es capaz de hacer observaciones absolutas y, puesto que son humanos quienes producen eso que llamamos información, toda información está a su vez restringida».

Anderson (1988) agrega que «la fuente crucial de nuestro conocimiento no está "allá afuera" ascediándonos, sino en nuestra propia conciencia».

Por lo tanto, la "objetividad" no es más que *intersubjetividad*. Por ejemplo, para asegurar la fiabilidad del codificador, el investigador retira los codificadores cuya codificación subjetiva es incongruente con la media. El análisis de los codificadores rechazados no es "intersubjetivo", no es "objetivo". La investigación define las construcciones categóricas, y luego define y refina los instrumentos para medir dichas construcciones. Con el tiempo (además de una investigación laboriosa y financiamiento adecuado), lo que miden las pruebas es la "inteligencia". La ciencia se convierte en la expresión cuantitativa de conceptos a través del desarrollo de mediciones confiables que, a su vez, sirven para medir y sustentar los conceptos. Se perfeccionan la confiabilidad y la validez interna. Sin embargo, generalmente no se ha considerado si este proceso cíclico guarda relación con la realidad social afuera del laboratorio, con la validez externa.

El "fin de la ideología" y la ciencia "libre de valores"

Casi a la vez que el ascenso de los modelos de comunicación y la doctrina de la modernización, surgió un sentimiento creciente del inminente "fin de la ideología" en las ciencias sociales. La superstición y la ideología iban a ceder ante la razón, el positivismo y la ciencia. Friberg y Hettne (1985) relatan que la creencia era que «los experimentos controlados y el razonamiento deductivo garantizan un crecimiento infinito de conocimiento válido sobre los mecanismos de la naturaleza, y este conocimiento echará los cimientos de la sociedad tecnológica caracterizada por una abundancia material».

Se alegaba que este nuevo modo de indagación era imparcial, neutral y libre de valores. Era «la noble batalla final del "conocimiento" contra la "ignorancia"» (Thayer). La creencia era que "con sólo un poco más de datos, con sólo técnicas un poco más refinadas, efectivamente "llegaremos". *No todos están de acuerdo.* Algunos adoptan una postura política y sostienen que la ciencia "neutral" ha conducido a la deshumanización y a la utilización catastrófica del conocimiento, misiles nucleares, venenos biológicos y lavado de cerebro psicológico. Otros alegan que, desde un punto de vista más metodológico, ningún científico social responsable sostendría que los resultados de la investigación científica social abarcan todo y son libres de premisas de valor o válidos para todos los casos.

De modo similar a la mayoría de las iniciativas de comunicación y participación en el contexto de desarrollo, la investigación a menudo se deriva de las estructuras dominantes y sirve para perpetuarlas. Enlazando las nociones de intersubjetividad, ideología y el orden establecido, Addo (1985) escribe que «las alegaciones de objetividad y neutralidad científica le vienen fácil al *establishment* [que] se aferra a una cosmovisión común enraizada [...] una estructura teórica de lo que es el mundo y cómo debería ser, y de qué se trata y de qué debería tratarse».

La investigación basada en el poder

El «interés metodológico dominante es cómo plantearse la interpretación del sistema mundial moderno de modo que sea seguro para [...] la perpetuación de [...] este sistema mundial» (Addo). Esta metodología revela su sesgo a favor del statu quo en tanto que jamás considera la alternativa de la creación de un nuevo sistema, sino que más bien presenta los ajustes "funcionales" del antiguo. Posibilita el funcionamiento del sistema imperante sin cuestionar jamás su validez, por más peligroso que sea ese sistema para el futuro de la sociedad y la integridad de hombres y mujeres. Así, la investigación, aunque a menudo denominada empirismo abstraído, ciertamente no se abstrae de la sociedad en la que opera. En suma, la ciencia, particularmente al nivel de la investigación social, está cargada de ideología.

Sirve, y en gran medida su propósito es servir, a los intereses creados de las estructuras de poder. Así pues, las aseveraciones del "fin de la ideología" o de una "ciencia libre de valores" no son válidas en sus premisas ni en sus aplicaciones.

La comunicación no es una excepción. Robert White (1982) sostiene que «gran parte de la tradición de la investigación en el campo de la comunicación —los conceptos, la metodología y los diseños de investigación— ha estado al servicio de la comunicación autoritaria». Halloran agrega que la investigación de la comunicación:

> « [...] se ha desarrollado [...] esencialmente en respuesta a los requisitos de una sociedad moderna, industrial y urbana que exige información empírica, cuantitativa y asociada a políticas respecto a sus operaciones. [...] La investigación se llevó a cabo con miras a [...] lograr propósitos y objetivos declarados, a menudo de carácter comercial».

La meta de la indagación ha sido a menudo investigar cómo se puede usar eficazmente la persuasión comercial o política. Por lo tanto, dicha investigación es una manera "objetiva" de posibilitar que las empresas comerciales y los gobiernos reúnan información para el control social. La línea predominante de la investigación social, que se apoya en supuestos epistemológicos, se esfuerza por comprender la realidad con objetivos de predicción y control. Sin embargo, aunque alega distanciamiento y neutralidad, la investigación opera para objetivar la "realidad" misma, pero se presume objetiva. Esto se lleva a cabo de manera congruente con el statu quo y a favor del mismo, es decir de quienes pagan las cuentas. En otras palabras, sirve más para crear y perpetuar una realidad que para comprender una realidad.

La investigación de orientación metodológica

En las revistas y conferencias especializadas, el debate a menudo se centra más en el método de investigación que en el contenido. Halloran sostiene que «lo "científico" se define exclusiva o principalmente en términos de método, y [...] se presta poca o ninguna atención a [...] la naturaleza de los temas sustantivos pertinentes y su relación con inquietudes sociológicas más amplias». Este énfasis excesivo en la metodología y las técnicas, así como la exaltación de las fórmulas y los términos con resonancias científicas, son un ejemplo de la tendencia común de desplazar el valor de los fines a los medios. Un sociólogo o psicólogo obsesionado con marcos, jerga y técnicas se asemeja a un carpintero que se preocupa tanto de mantener limpias sus herramientas que no le queda tiempo para cortar la madera. La realidad tal como es experimentada en las vidas de las personas ha sido sacrificada en aras del rigor metodológico. Con demasiada frecuencia, el énfasis en una medición exacta *impide* que se hagan preguntas *significativas*. El resultado es fragmentos de conocimiento sobre temas "posibles de investigar".

A medida que la metodología se torna más compleja, más triviales se vuelven las preguntas planteadas. Los parámetros de la indagación ceden a métodos cada vez más sofisticados. A veces se dice que los científicos modernos están aprendiendo tanto acerca de tan poco que van a terminar sabiendo todo sobre nada. Es así que hace muchos años Kuhn (1962) afirmó que «quizá la característica más resaltante de los problemas normales de la investigación [...] es cuán poco se proponen producir novedades importantes, sean conceptuales o fenoménicas».

Con la tendencia hacia el reduccionismo, las ciencias sociales tienden a *compartimentar* la materia de que se trata en partes separadas, con solo intentos aislados de abordar el tema en conjunto. Esto fuerza a la naturaleza a calzar «en la caja preformada y relativamente inflexible que proporciona el paradigma. Ninguna parte del propósito de la ciencia normal es dar lugar a nuevos tipos de fenómenos; de hecho, a menudo ni siquiera se ve a los que no calzan en la caja» (Kuhn).

Categorías, taxonomías, términos y sus relaciones son los componentes principales de un paradigma

dado. Sin embargo, aunque esta «terminología es un reflejo de la realidad, por su misma naturaleza es una selección de la realidad y, por tanto, también funciona como una deflexión de la realidad» (Burke 1968). La categorización a menudo se deriva de la literatura, y no de «conceptos que son necesariamente reales, significativos y apropiados desde el punto de vista nativo» (Harris). Esto vuelve invisible el conocimiento de las personas dedicadas a actividades de la vida real a quienes está dirigida la investigación. Rockhill (1982) afirma que, por lo tanto, se producen imágenes distorsionadas «de las personas a consecuencia de un método de investigación que pretende interpretar el comportamiento humano por medio de construcciones derivadas desde la perspectiva de la literatura, en lugar de la perspectiva de las personas que se está estudiando». Ella ofrece un ejemplo excelente al describir los estudios que concluyen que la participación es mayor entre los "educados". Rockhill dice: «Normalmente, a las personas se les define según categorías [...] de participantes o no participantes, conforme a su participación o no en una gama dada de actividades educativas". Los investigadores generalmente definen la participación como "una actividad educativa organizada». La conclusión, esencialmente, es que quienes participan más en los entornos educativos institucionales tienden a participar más en los entornos educativos institucionales. Sin embargo, el salto cuántico ocurre cuando «los no participantes se clasifican reiteradamente como los que no aprenden [y] se perpetúa la noción falsa de que las personas adquieren educación únicamente a través de los programas educativos». Esto se realiza empíricamente y "objetivamente". Resume Rockhill:

> «Una dificultad de la investigación cuantitativa es que el investigador a menudo selecciona las construcciones para nombrar a agrupaciones de variables predefinidas, en lugar de derivarlas de un esfuerzo por comprender la vivencia humana desde la perspectiva del sujeto. Así como en el uso de "los que no aprenden", las construcciones suelen estar imbuidas de valores y sesgos contra personas que no se comportan de las maneras que los investigadores valoran, quienes interpretan los datos a partir de sus propios sesgos culturales, a menudo inconscientes».

Las teorías, paradigmas, metodologías y taxonomías imperantes se vuelven equivalentes a la comprensión del ser humano; se convierten en la meta y en la realidad. La adhesión a los métodos generalmente aceptados produce una investigación preponderantemente unidimensional de la comunicación, que es incapaz de lidiar con realidades sociales complejas y dinámicas. Los analistas estudian variables aisladas, con lo cual las extraen del contexto cultural que les da significado. Pero la comunicación no se puede diseccionar y desplazar con el fin de facilitar la observación sin perturbar al mismo tiempo el proceso de la creación de significado.

2. Métodos de investigación cualitativos

La investigación cualitativa es casi una imagen inversa de la cuantitativa y, en ese sentido, el presente ya ha abordado los métodos cualitativos. No obstante, hay varios puntos que requieren elaboración.

La subjetividad y la fenomenología

La investigación cualitativa acepta la subjetividad como un *axioma*. No considera a la ciencia social como "objetiva" en el sentido común y simple del término, sino como una intervención activa en la vida social con pretensiones y propósitos propios. La objetividad, por lo tanto, significa «ver qué es una vivencia para otra persona, no lo que la causa, no por qué existe, no cómo se puede definir y clasificar» (Moustakas 1974). Ya que el mundo se construye intersubjetivamente por medio de procesos de interpretación, la premisa es que «la realidad no se escribe a sí misma en la conciencia humana, sino que la conciencia humana aborda la realidad con determinadas interpretaciones incorporadas». (Anderson), y esas interpretaciones, a su vez, constituyen la realidad. Esto nos introduce en un *nuevo principio de la relatividad*, que sostiene que todos

los observadores no son conducidos por las mismas pruebas físicas a la misma visión del universo.

Así pues, dada la naturaleza idiosincrásica de las personas y culturas, la realidad social tiene predominantemente un carácter irregular, en lugar de la realidad ordenada, regular y predecible supuesta en los planteamientos empíricos. Estas implicaciones tienen un impacto profundo en nuestra forma de abordar la comunicación y cómo tratamos de entender, e investigar, los contextos sociales. Para complicar más esta irregularidad subjetiva, idiosincrásica, se añade la circunstancia de su dinamismo. Christians y Carey (1981) afirman: «Estudiar este proceso creativo es nuestra primera obligación, y nuestra metodología no debe reducirlo ni deshumanizarlo al estudiarlo». Se debe enfatizar el descubrimiento en lugar de aplicar procedimientos rutinarios. De conformidad con la premisa humanista de que las personas no son objetos, no hay justificación para creer que las ciencias sociales deben imitar la forma o los métodos de las ciencias naturales. Los sujetos de investigación son eso, sujetos. No somos objetos y no se nos puede objetivar sin perder esa misma humanidad que es el foco de estudio. Se necesitan iniciativas intelectuales que entren en contacto con la vivencia popular, en lugar de aislarnos de ella. Por lo tanto, debemos tener la valentía de suscribir el pensamiento contextual y la investigación contextual. La "verdad" no radica en las pruebas objetivas, sino en la vivencia de la existencia o inexistencia en las mentes de hombres y mujeres y su afirmación mutua. Por lo tanto, la "verdad" es relativa.

Esto nos remite al tema de la intersubjetividad. Corriendo el riesgo de ser "irracional" y "no científico", se sostiene que los métodos cualitativos y fenomenológicos, en su sentido más amplio, abogan por un planteamiento humano para comprender el contexto humano, basado en el carácter humano del sujeto de estudio. Por ser un método específicamente humano, funda sus hallazgos en los actos de la experiencia vivida. Fuglesang (1984) y Ewen (1983) lo resumen así:

> «Si la comunicación es difícil en el mundo de hoy, quizá es porque es difícil ser humano. Los expertos en comunicación no lo hacen más fácil cuando desarrollan una ciencia de algo que es esencialmente un arte. El impulso de nuestro análisis debe respetar estas voces en sus propios términos, sin continuamente tratar de distorsionarlas convirtiéndolas en datos sin rostro. Ese respeto podría implicar que nuestro trabajo sea *menos* científicamente aséptico, *menos* arrogantemente definitivo, *menos* ordenadamente resuelto, *menos* instrumental. Liberados de esas restricciones, nuestro trabajo probablemente se volverá *más* lírico, *más* especulativo, *más* visionario, *más* inteligente y humano».

La observación naturalista y el observador participante

Para intentar comprender a un ser humano o un contexto social, en la medida de lo posible, debemos poner a un lado todo el conocimiento científico del hombre y la mujer promedio y desechar todas las teorías para adoptar una actitud totalmente nueva y sin prejuicios. El investigador debe poner a un lado todo avance previo, lo que él o ella "ya sabe", porque si la indagación empieza con un conjunto preconcebido de plantillas interpretativas, se perderán los puntos de vista. A través de los lentes miopes de las teorías y construcciones rígidas, otros aspectos que podrían ser aún más importantes usualmente no se advierten porque no se están buscando. Esto implica una reevaluación de conceptos como "desarrollador", "fuente", "experto", "neutralidad" y "objetividad". En otras palabras, el investigador se sumerge en el contexto no para verificar una hipótesis, sino como fuente para *entender el significado*. En un sentido muy real, la actitud del investigador se convierte en la herramienta más importante de indagación. Los egos grandes son perjudiciales cuando el investigador considera que está muy por encima del grupo que va a investigar y rechaza implícita o explícitamente el encuentro real con el sujeto de investigación. Anderson coincide:

> «El carácter "nosotros/ellos" del trabajo etnográfico y nuestra propia socialización como investigadores —los guardianes de la verdad— pueden conducir a un sentido de superioridad respecto de nuestra acción social en comparación con las de quienes estudiamos. El distanciamiento en la observación puede convertir a las personas en sujetos–objetos de estudio».

Muy en contrario de la neutralidad y distanciamiento, el observador participante se incorpora al entorno natural para obtener, en la medida de lo posible, una visión del contexto social desde adentro. Esto implica "obtener acceso", pero el investigador también debe mantener una posición algo distante para observar. La meta es ver al otro objetivamente y, a la vez, experimentar sus dificultades subjetivamente. Para el "foráneo", la participación es «un esfuerzo premeditado y la observación es producto de la rutina. Al otro extremo, el integrante tiene el conocimiento "claro que es cierto" del miembro. Para el integrante, la participación no es ningún esfuerzo y la observación es difícil» (Anderson).

El primero entre los conceptos fundamentales de la investigación cualitativa es el axioma de que el estudio de la vida humana es interpretativo, sostiene Anderson; es la búsqueda de una comprensión subjetiva, en lugar de la búsqueda manipuladora de predicción y control. La investigación cualitativa ha sustituido la predicción con una comprensión enfática como objetivo de investigación para liberar a la ciencia social de sus usos explotadores y, más bien, enrolarla en la causa de la libertad y la justicia. Contrariamente a la indagación cuantitativa, que acepta sus premisas y se centra en el rigor metodológico, el estudio cualitativo resalta el análisis crítico de esos supuestos para comprender el entendimiento humano, con lo cual reincorpora la función crítica y liberadora en la investigación intelectual.

En la antropología generalmente se distingue entre un planteamiento "émico" y uno "ético".

> «Las acciones émicas se distinguen por elevar al informante nativo a la posición de juez final de la idoneidad de las descripciones y análisis del observador. La prueba de la idoneidad de los análisis émicos es su capacidad de generar enunciados que el nativo considera reales, significativos o apropiados. En una investigación en el modo émico, el observador trata de adquirir un conocimiento de las categorías y reglas que se deben saber para pensar y actuar como un nativo. [...] Las acciones éticas se distinguen por elevar a los observadores a la posición de jueces finales de la idoneidad de los conceptos utilizados en las descripciones y análisis. La prueba de idoneidad de las descripciones éticas es simplemente su capacidad de generar teorías científicamente productivas sobre las causas de las diferencias y similitudes socioculturales. En lugar de utilizar conceptos que son necesariamente reales, significativos y apropiados desde el punto de vista nativo, el observador está en libertad de utilizar categorías y reglas foráneas derivadas del lenguaje anticuado de la ciencia. Con frecuencia, las acciones éticas implican la medición y yuxtaposición de actividades y eventos que los informantes nativos podrían encontrar inapropiados o sin sentido» (Harris).

En este contexto, quisiera abogar por una postura "émica". Sin embargo, tal como advierte Clifford Geertz (1973), este planteamiento es sumamente difícil de llevar a cabo: «Empezamos por nuestras interpretaciones de lo que están haciendo nuestros informantes, o de lo que pensamos que están haciendo, y luego sistematizamos». Geertz, por ende, prefiere los conceptos de «experiencia-cerca» y «experiencia-lejos» a los de "émica" y "ética". Los primeros son intrínsecos al idioma o cultura y se derivan de los segundos, que se plantean como universales y científicos.

La investigación crítica

La investigación cualitativa a menudo se ha caracterizado como investigación crítica. Lo contrario, que la investigación crítica es a menudo de una naturaleza cualitativa, también es cierto, especialmente cuando la investigación aborda las estructuras sociales dominantes y, en particular, cuando la indagación se ocupa de lo que se podría llamar el "complejo de investigación académica". La investigación crítica estudia el contexto histórico, social y dinámico de

sus preguntas y, por consiguiente, no es adecuada para una metodología rígida. Por lo tanto, existen pocas similitudes en los planteamientos que se consideran investigación crítica. Halloran, entre otros, sostiene que «la unidad del planteamiento crítico radica en su oposición al trabajo convencional, más que en un planteamiento compartido más positivo». A falta de métodos "aceptados", la investigación crítica a menudo se descarta como no científica o como palabreo ideológico. Sin embargo, así como la investigación cualitativa acepta su subjetividad, el análisis crítico admite sus premisas ideológicas. También se puede alegar que la razón por la que se considera que la investigación crítica no es válida no es su metodología disímil, sino más bien por su postura más populista. Examina los temas sociales de importancia para la mayoría de las personas y no, digamos, para los políticos y administradores de los medios. Se la ataca «porque desafía el statu quo y los intereses creados y rechaza la opinión generalizada de la investigación al servicio de dicho statu quo» (Halloran). En suma, Halloran afirma:

> «Se sugiere ahora que la investigación [...] debe pasar de cuestiones como "el derecho de comunicar" a "problemas más concretos". Pero, ¿qué son estos "problemas concretos"? Son los mismos, o parecidos, a las microcuestiones seguras "libres de valores" de los positivistas de antaño que sirvieron tan bien al sistema, más allá de que fueran intencionales o no, o de que lo hayan comprendido. Todo esto representa un intento definido y no muy bien oculto de regresar el reloj a los días en que la función de la investigación era servir al sistema como era y hacerlo más eficiente en lugar de cuestionarlo o sugerir alternativas».

La validez y la evaluación en la investigación cualitativa

Dada esta ausencia de rigor metodológico, ¿sobre qué base debería uno aceptar el argumento cualitativo o crítico? ¿Qué hace que este tipo de investigación merezca reconocimiento? ¿Fue esta investigación "un éxito"? Para contestar estas preguntas, nos remitimos a las aseveraciones anteriores respecto de las premisas de "ciencia libre de valores" y "objetividad". Si no las aceptamos —*si vemos que el emperador efectivamente está desnudo*—, entonces debemos aceptar, y valorar, las conclusiones de toda indagación desde otra perspectiva. A diferencia de la indagación cuantitativa, la investigación cualitativa no busca, por regla general, la posibilidad de una generalización amplia. Para el investigador cualitativo no existe la posibilidad de una gran teoría de acción social, ya que la teoría está ligada al contexto. Tampoco lucha por la confiabilidad de sus herramientas de análisis. De hecho, su base en una realidad social interpretativa y, por consiguiente, idiosincrásica, impide la aplicación estricta de tales herramientas.

Mientras que los principales intereses de la investigación cuantitativa son la confiabilidad y la validez de las construcciones, la investigación cualitativa busca la validez externa, no a través de la "objetividad", sino a través de la subjetividad. Anderson escribe:

> «Mientras más se acerque el análisis al mundo de la vida, mientras más directa sea su observación, mientras más usen los conceptos y el lenguaje de este mundo de la vida, mayor será su validez.

Por lo tanto, en la medida en que refleje las circunstancias, la indagación es válida y confiable, aunque no se funde en la aleatoriedad, la observación repetida y controlada, la medición y la inferencia estadística». En otras palabras, «es más "objetiva" precisamente porque puede incorporar más de la intencionalidad subjetiva».

El papel y lugar del lector, televidente... receptor

El principal problema de la validez en la indagación cualitativa, entonces, es el «de concordar las conclusiones del investigador con la intención del actor» (Rockhill), y dar forma a esas conclusiones de manera que tengan sentido para el lector; ir «de la comprensión a la explicación, y de la explicación a la comprensión». A la luz de la variación cultural, más aún, de la disparidad de realidades, esta tarea no es nada simple.

En última instancia, para el análisis tanto cuantitativo como cualitativo, *la validez en fin de cuentas depende de la aceptación o rechazo del argumento por el (la) lector(a)*. Al margen de que el análisis estadístico haya sido correcto, de que los datos no tengan errores, de que los encuestadores estén bien capacitados, etc., cualquier estudio puede ser objeto de incontables ataques si el lector no acepta el argumento como correcto. Por otro lado, si el lector (o responsable de formular políticas) encuentra que las conclusiones son aceptables o que el autor es digno de confianza, rara vez mirará los métodos dos veces. Se reduce a la habilidad, la honestidad y la ética del investigador.

Anderson escribe que, en última instancia, el valor y las críticas de un estudio cualitativo deben

> «Ser apropiados a su carácter de encuentro personal, documentado mediante un registro prolijo, que dé lugar a una interpretación de la acción social que se eleva inductivamente a una explicación coherente de la escena. Criticar esta labor por su falta de objetividad, muestreo aleatorio, medición estadística de validez, lógica deductiva u otros similares es absurdo y sólo establecería la ignorancia del crítico. [...] Como en toda investigación, el éxito de un estudio cualitativo depende de persuadir al lector conocedor y escéptico con un argumento convincente. El lector escéptico no hará caso omiso de ninguno de estos criterios, exigirá un trabajo sincero, y considerará las deficiencias así como las revelaciones para llegar a un juicio de valor. El juicio de valor es el resultado neto de la investigación».

3. La investigación participativa

Si suscribimos la idea de que la investigación social debe tener un impacto beneficioso en la sociedad, es imperativo que prestemos más atención a las filosofías de investigación que pueden ocuparse productivamente del cambio social y, efectivamente, estimularlo. Por lo tanto, la investigación participativa, en mi opinión, toma prestado de la investigación cualitativa el concepto de la naturaleza interpretativa, intersubjetiva y humana de la realidad social, y de la investigación crítica la inherencia de una postura ideológica; las combina y va un paso más allá. En lugar de erigir fachadas metodológicas intrincadas para camuflar el sesgo ideológico y el propósito de la indagación, la pregunta se convierte en: "¿Por qué la investigación no tendría un propósito social directo y explícito?" En lugar de recurrir a la observación de los participantes o a técnicas complejas para adquirir la "perspectiva del integrante" subjetiva, la pregunta es: "¿Por qué los 'investigados' no podrían hacer su propia investigación?". ¿Por qué es que los pobres siempre han sido investigados, descritos e interpretados por los ricos y educados, nunca por ellos mismos?".

En cuanto al tema en cuestión, ¿por qué se ha realizado gran cantidad de investigación sobre la participación de una manera no participativa? Como en el caso de la comunicación participativa, los principales obstáculos para la investigación participativa son las estructuras e ideologías antiparticipativas y a menudo inflexibles. No podemos ser reduccionistas respecto del holismo, estáticos respecto del dinamismo, libre de valores respecto de la opresión sistemática ni distantes respecto de la participación. La investigación participativa puede no ser buena ciencia social en términos positivistas, pero puede ser mejor que la ciencia social positivista para muchos fines de desarrollo.

Principios de la investigación de la comunicación participativa

El hecho de que la mayor parte de la investigación social es guiada principalmente por el contexto social en el que opera y que, en gran medida, no sirve a quienes estudia es algo que se ha debatido largamente. La investigación participativa se concibió en reacción a este sesgo elitista. Tiene intención ideológica; es la investigación del compromiso. No sólo es investigación con el pueblo, es investigación del

pueblo. Como tal, rechaza tanto las políticas de desarrollo de los Estados como la "objetividad" y las "pretensiones de validez universal" de muchas metodologías de las ciencias sociales. Aun si suponemos momentáneamente que las prácticas de investigación contemporáneas están libres de ideología y no constituyen un medio de opresión, no cambia el hecho de que son de poca utilidad para los pobres.

> «Hemos dejado atrás toda la idea de que algunos de nosotros dirijamos las luchas de otros. Este desplazamiento [...] en el control del conocimiento, la producción del conocimiento y las herramientas de producción del conocimiento es igualmente legítimo en cuanto a nuestra lucha continua por un control local y por superar la dependencia. Es allí donde la investigación participativa (IP) puede ser un gran aporte. [...] La IP es lo opuesto de lo que se supone que debería ser la investigación científico-social. Es parcializada, ideológicamente sesgada y explícitamente no neutral» (Tandon).

La constatación de que la mayor parte del enfoque profesional actual respecto de la investigación es, en realidad, una reproducción de nuestra sociedad injusta, en la que unos cuantos encargados de la toma de decisiones controlan al resto de la población, ha llevado a muchos a alejarse de los métodos clásicos y a experimentar con métodos alternativos. Al instar a la investigación participativa, no nos referimos a la participación de grupos o clases que ya están alineados con el poder. Dichos grupos ya tienen a su disposición todos los mecanismos necesarios para dar forma e informar nuestra explicación del mundo.

Por lo tanto, un principio básico de la investigación participativa es que, quienquiera que la efectúe, los *resultados se deben compartir*. Deben estar a disposición de las personas entre quienes se realiza la investigación y en cuyas vidas ésta se basa. Los datos no se guardan bajo llave o detrás de códigos de acceso informáticos, no se camuflan con jerga ofuscadora y símbolos estadísticos.

Además, y quizá más importante aún, *la indagación debe ser un beneficio para la comunidad* y no sólo un medio para un fin establecido por el investigador. Este beneficio contrasta con el circuito teoría-diseño de investigación-datos-análisis-políticas-servicio del gobierno que neutraliza, estandariza, deshumaniza y, en última instancia, opera como un medio de control social: «Las voces de las personas sufren una metamorfosis convirtiéndose en datos útiles, un instrumento de poder en manos de otro. En lugar de congregarse ellas mismas para sí mismas, las agrupaciones políticas son congregadas por encuestadores que recopilan datos fragmentados y se convierten en la "opinión pública"» (Ewen).

Asimismo, la investigación participativa impugna la idea de que sólo los investigadores profesionales pueden generar conocimiento para una reforma social trascendente. Al igual que la participación auténtica, se cree en los conocimientos de las personas comunes y corrientes y en su capacidad de reflexionar sobre su situación opresiva y cambiarla. Por el contrario, en muchos casos a nivel comunitario, los participantes han demostrado ser más capaces que los "expertos", porque son quienes mejor conocen su situación y tienen una perspectiva de los problemas y necesidades que ningún foráneo puede compartir plenamente. Esta perspectiva es bastante divergente de los conceptos abstractos, las circunstancias hipotéticas y las estrategias a nivel macro que ocupan las mentes y consumen los presupuestos de los "expertos" y planificadores del desarrollo.

Las diferencias entre la investigación participativa y la investigación-acción

Debido a este tipo de compromiso, a menudo a la investigación participativa se le denomina acción social o investigación-acción (Argyris y otros 1985; Fals Borda 1988, 1991; Kassam 1982; Whyte 1989, 1991). Son similares en muchos sentidos y la investigación participativa no es nueva en realidad. Es un concepto novedoso sólo en la medida en que

cuestiona los dominios de la investigación, así como a las elites económicas y políticas.

No obstante, existen diferencias fundamentales entre la investigación-acción y la investigación participativa. Chantana y Wun Gaeo (1983) escriben que la investigación-acción

> «puede ser no participativa y asociada al desarrollo de arriba hacia abajo [...] mientras que la investigación participativa tiene que hacer partícipes a los pobladores durante todo el proceso. A la investigación-acción se le puede dar la intención de preservar y fortalecer el statu quo, mientras que la investigación participativa [...] tiene el propósito de contribuir al fortalecimiento del poder social de personas hasta entonces excluidas».

A manera de ejemplo, en el campo de la producción de medios, Varma y otros (1973) definen la investigación-acción como un «estudio sistemático incorporado a la producción de medios, cuyos resultados se retroalimentan directa e inmediatamente al personal de producción para ayudarlo a mejorar la eficacia de su comunicación».

Por el contrario, la investigación participativa asume un sesgo hacia los "sujetos" partícipes del proceso de investigación en lugar de hacia el profesional. La investigación participativa está relacionada con los procesos de concienciación y empoderamiento. Probablemente fue el mismo Paulo Freire quien introdujo la primera versión de este planteamiento en su filosofía de la concienciación. En lugar de agendas definidas por una elite académica y programas implementados por una elite burocrática en beneficio de una elite económica o política, la investigación participativa implica que las personas adquieran una comprensión de su situación, confianza y la capacidad de cambiar dicha situación. White (1984) señala que esto difiere bastante de

> «el método funcionalista que empieza por el modelo de comportamiento social y psicológico del propio científico y recopila datos con el fin de predecir y controlar el comportamiento del público. El énfasis se pone en una conciencia del significado subjetivo y la organización de la realidad para fines de autodeterminación».

La investigación participativa es igualitaria. La investigación temática se convierte así en un esfuerzo en común hacia la concienciación de la realidad y por la autoconciencia. Es un proceso educativo en el que los papeles del educador y el educado se invierten constantemente y la búsqueda en común une a todos los que participan en la tarea. Sumerge al "investigador" exógeno en el contexto en igualdad de condiciones. Si se toman en consideración la confianza y las actitudes necesarias, así como las diferencias culturales, no es una tarea fácil y crea exigencias poco familiares para los investigadores/educadores.

"Los de adentro" y "los de afuera"

La interacción fomenta un entorno pedagógico para todos los participantes. El investigador, en calidad de recién llegado, contribuye en tanto que, como pide que los integrantes den cuenta de cómo se hacen las cosas, fomenta un ambiente en el que los participantes pueden llegar a conocerse mejor, cuestionarse y reflexionar conscientemente sobre la realidad de sus vidas y su entorno sociocultural. A través de dicha interacción, es posible adquirir una nueva comprensión, un nuevo conocimiento y autoconfianza en sí mismos. Más aún, no sólo se fortalece la conciencia, confianza y cohesión de los integrantes del grupo, sino también entre dichos integrantes y los "foráneos" implicados, con lo cual adquieren un mejor entendimiento del contexto y de los obstáculos con los que luchan los pobladores. La educación se da en ambos sentidos. Este proceso de aprendizaje puede infundir confianza y, en última instancia, empoderamiento. El propósito de la investigación participativa no es una conciencia latente. El conocimiento pertinente aumenta el respeto por uno mismo y la confianza, y conduce a la exploración de alternativas para lograr metas y a la *acción*. A través del proceso, se revela la coherencia del grupo, que servirá de base para el desarrollo de una visión superior más elevada.

Una definición de la investigación participativa (IP)

La reciente popularidad de la investigación participativa, el acto de denominarla como tal, podría implicar que es algo especial que requiere de alguna pericia en particular, de una estrategia particular o una metodología específica. Al igual que la participación, se ha hecho un gran esfuerzo por establecer definiciones y modelos de investigación participativa para darle un aire de "respetabilidad". También al igual que la participación, quizá esto no sea más que un intento de atribuirse derechos o méritos por un método que, por su misma naturaleza, pertenece a los participantes. Ya que se está tratando con personas en un contexto de relaciones sociales y patrones culturales cambiantes, no se puede ser dogmático respecto de los métodos, sino que más bien hay que mantenerse abierto a las personas. Esta apertura proviene de una confianza en ellas y de darse cuenta de que los oprimidos son capaces de entender su situación, buscar alternativas y tomar sus propias decisiones:

> «La investigación participativa es un método alternativo de investigación social en el contexto del desarrollo. Es alternativa porque, aunque los sectores empresariales, gubernamentales y académicos también emprenden investigaciones con miras al desarrollo, se dirige poca reflexión y esfuerzo a la manera en que el proyecto de investigación se puede utilizar en beneficio de los investigados. El elemento central de la investigación participativa es la participación. [...] Es un proceso activo en el que los beneficiarios previstos de la investigación son los principales actores en todo el proceso de investigación y el investigador desempeña el papel de facilitador» (PhilDHRRA 1986).

Ya que no hay una realidad "allá afuera" separada de la percepción humana y, tal como se plantea en el paradigma de la multiplicidad, no hay un camino universal hacia el desarrollo, se sostiene que cada comunidad o agrupación debe proseguir desde su propio plan teniendo en cuenta su propia situación. En otras palabras, en la medida en que la metodología se estructure rígidamente conforme a los requisitos de la academia, se deniega la investigación participativa.

Por su naturaleza, este tipo de investigación no incorpora los controles rígidos del científico físico ni los modelos tradicionales de los investigadores científico-sociales. Chantana y Wun Gaeo afirman: «No hay una fórmula mágica para la metodología de estos proyectos de IP. [...] Sin embargo, sí se dan características en común en el proceso:

1. Consiste en un diálogo y debate continuo entre los participantes de la investigación en todas las etapas.
2. El conocimiento debe derivarse de las situaciones concretas de las personas y a través de una reflexión cooperativa [...] regresar a las personas, continua y dialécticamente».

Por lo tanto, quisiéramos definir la investigación participativa como un proceso educativo que consta de tres partes interrelacionadas:

1. La definición e investigación colectiva de un problema por parte de un grupo de personas que se esfuerzan por resolverlo. Esto implica una investigación social, que determine las condiciones concretas imperantes en la comunidad estudiada, a cargo de quienes se encuentran insertos en el contexto social.
2. Un análisis por el grupo de las causas detrás de sus problemas, que se asemeja a los procesos de concienciación y pedagógicos presentados anteriormente.
3. Una acción del grupo para intentar resolver el problema.

El proceso de la investigación participativa

Por lo tanto, el proceso de la investigación participativa es cíclico, continuo, local y accesible. En este tipo de investigación, el proceso integrador es uno

de estudio-reflexión-acción. Kronenburg (1986) identifica las características siguientes de la investigación participativa:

> «Se funda en el supuesto de que los seres humanos tienen la capacidad innata de crear conocimiento. Rechaza la idea de que la producción de conocimiento es un monopolio de los "profesionales". Se considera que es un proceso educativo para los participantes [...] así como para el investigador. Implica la identificación de las necesidades de la comunidad, una mayor conciencia de los obstáculos para cubrir las necesidades, un análisis de las causas de los problemas y la formulación e implementación de soluciones correspondientes. El investigador asume un compromiso consciente con la causa de la comunidad participante en la investigación. Esto impugna el principio tradicional de la neutralidad científica y rechaza la posición del científico como ingeniero social. El diálogo hace posible un marco que protege contra la interferencia científica manipuladora y le sirve a la comunidad como medio de control».

La evaluación y la validez en la investigación participativa

Dado el ciclo continuo de estudio-reflexión-acción, la investigación participativa implica inherentemente una evaluación continua. De hecho, los términos investigación participativa y evaluación participativa a menudo se usan como sinónimos. Los actores se ejercitan con todo el grupo en la evaluación participativa.

Coherentemente con los objetivos de la investigación participativa, el propósito de la evaluación es beneficiar a los propios participantes. No opera para someter a prueba la eficiencia de un programa exógeno, formular tácticas de difusión o estrategias de *marketing* para la expansión a una escala mayor, recopilar datos concretos y reales para su publicación, justificar a la entidad implementadora ni cubrirse de polvo en el estante de un ministerio. En resumen, es un proceso continuo, en lugar de un producto final en la formato de informe para las estructuras de financiación. El "éxito" o el "fracaso" de la investigación participativa son secundarios a los procesos de interacción y comunicación de los grupos participantes. El éxito de la investigación ya no se ve en las publicaciones "prestigiosas" sino en lo que sucede durante el proceso de investigación. Bogaert y otros (1981) agregan que

> «la evaluación participativa genera muchos datos cualitativos en los que abundan las experiencias de los participantes. Puede ser que [...] los datos cuantitativos se sacrifiquen en el proceso. Sin embargo, lo que se pierde en cuanto a estadísticas se compensa ampliamente por la mayor riqueza de los datos».

La integración de distintas metodologías

No se implica que los métodos cuantitativos o cualitativos o que la colaboración exógena en la evaluación participativa estén prohibidos. Respecto de los participantes en la investigación, D'Abreo (1981) afirma:

> «Aunque ellos, como agentes de su propio programa, pueden entenderlo mejor y comprometerse más con él, el evaluador externo puede aportar una mayor objetividad y las apreciaciones adquiridas de otros programas que podrían serles muy útiles. No obstante, los principales agentes de la evaluación, aun cuando ésta se conduzca con la ayuda de una entidad o persona externa, son ellos mismos».

Pasando al tema de la validez, Tàndon sugiere, a nivel metodológico, que «debatir sobre la confiabilidad y validez de la IP es irrelevante, porque entender de qué trata esta investigación es ir en el sentido opuesto». Se concentra en la autenticidad y no en la validez. No obstante, refiriéndose a la posibilidad de generalización y la validez planteadas en la investigación cualitativa, se puede alegar que la validez en su sentido menos esotérico es una característica distintiva de la investigación participativa. «Si las personas comunes y corrientes definen ellas mismas el problema de la investigación, asegurarán su pertinencia» (Tàndon), y su participación «proporcionará la "presión de la demanda" necesaria para asegurar la precisión del enfoque» (Farrington 1988).

Por último, el cimiento de la investigación participativa, el *conocimiento nativo*, es inherentemente válido. Esto no implica que las condiciones no cambien o que este conocimiento no se pueda beneficiar de la adaptación. El argumento es que, en la mayoría de los casos, este conocimiento es el punto de partida más válido.

Una advertencia

Los intereses creados podrían utilizar la investigación participativa muy fácilmente como otra herramienta más de manipulación. Las imputaciones de que a menudo es un vehículo de adoctrinamiento político, tanto de la derecha como de la izquierda, son correctas. A menudo se ha acusado a los organizadores de manipular las mentes de las personas y dirigir sus acciones hacia sus propios fines.

Aunque el planteamiento se refiere a lograr el empoderamiento, impugna las estructuras imperantes y, por consiguiente, es ideológico; se deben evitar las ideologías rígidamente prescritas. Además, los conocimientos y perspectivas adquiridos podrían bien empoderar a grupos con intereses autoritarios y económicos explotadores en lugar de a los grupos locales. Lejos de ayudar en el proceso de liberación, si el investigador no tiene cuidado, puede que sólo haga posible que los encargados tradicionales de formular políticas y los intereses creados presenten sus mercancías en un paquete más atractivo sin cambiar su sustancia.

Hasta el investigador/activista con las mejores intenciones podría inadvertidamente aumentar la dependencia en lugar del empoderamiento. Si ingresa a las comunidades con herramientas prefabricadas para analizar la realidad y resolver problemas, es probable que el resultado sea que, en la medida en que esas herramientas logren su cometido, la dependencia simplemente se desplace de un tirano a otro.

En otras palabras, los investigadores demasiado afanosos podrían fácilmente tratar de compensar una apatía inicial asumiendo el papel de preconizador en lugar del de facilitador. «Lo que podría parecer progreso es con demasiada frecuencia un retorno a la relación dependiente-cliente» (Kennedy 1984). Este método no es mejor que el de los investigadores más tradicionales con hipótesis y construcciones que validar, o el difusionista con una innovación para cada mal.

Síntesis

1. La mayor parte de la investigación contemporánea se basa en supuestos positivistas de que podemos conocer objetivamente el mundo social que está "allá afuera". Actualmente se sostiene que la objetividad no es más que intersubjetividad, principios o parámetros respecto de los cuales las personas se han puesto de acuerdo. El peligro se presenta cuando un grupo supone que sus construcciones y métodos son universalmente válidos.
2. La investigación cualitativa y la cuantitativa son en gran medida de orientación opuesta. El método cualitativo acepta y, de hecho, aboga por la subjetividad como avenida válida de entendimiento. El énfasis se pone en cómo las personas perciben, entienden y construyen la realidad, en lugar de en cómo reaccionan mecanicistamente a estímulos manipuladores.
3. Así pues, la investigación cualitativa es una manera humana de enfocar el entendimiento del mundo humano. El investigador se esfuerza por ver el entorno natural de aquellos a quienes estudia desde la perspectiva de ellos. Esto excluye las hipótesis y construcciones rígidas y preformuladas.
4. Lo valioso del estudio cualitativo no es la validez o la confiabilidad de sus construcciones, sino su validez externa. Esta validez surge de sus raíces en la percepción humana, en lugar de en una metodología rigurosa. En última instancia, la pertinencia de cualquier investigación depende de la aceptación o el rechazo por el lector del argumento propuesto, sobre una base bastante subjetiva.
5. Combinando aspectos de la investigación cualitativa y la crítica, la investigación participativa pregunta por qué los investigados no pueden hacer su propia investigación. Otra pregunta es por qué gran parte de la investigación sobre la participación se hace de manera no participativa.
6. Al igual que toda investigación, la investigación participativa es ideológica. Es sesgada en el sentido de que sostiene que la investigación debe ser guiada por los "investigados", estar a su disposición y representar un beneficio directo para ellos, en lugar de ser información privilegiada para una elite manipuladora. Además, considera que la investigación no es y no debe ser el dominio de los pocos poderosos que poseen las herramientas "correctas".
7. La investigación participativa es similar pero no igual a la investigación de acción social. Es una investigación de compromiso, no de distanciamiento. Incluye a todas las partes en un proceso de conciencia y confianza mutuas y crecientes. Es una investigación de concienciación y empoderamiento.
8. Tal como se ha sostenido respecto de la participación, y en los planteamientos cualitativos, no puede haber una metodología estricta para la investigación participativa. Sin embargo, debe incorporar a los participantes activa y auténticamente en todo el proceso, y el flujo general es de estudio a reflexión, a acción.
9. La evaluación es inherente a la investigación participativa. Sin embargo, es una evaluación continua más que definitiva. Su fin no es la publicación, fortalecer el ego ni solicitar más financiamiento, sino monitorear y reflexionar sobre el proceso a medida que éste se desenvuelve. Además, la participación de las personas en la investigación asegura la validez de la indagación, es decir su propia validez.

Bibliografía citada

Addo, H. (1985). "Beyond Eurocentricity: Transformation and Transformational Responsibility" en Addo, H.; Amin, S.; Asesiniero, G. y otros (eds.) *Development as Social Transformation: Reflections on the Global Problematique*. London, Hodder and Stoughton.

Anderson, J. y Meyer, T. (1988). *Mediated Communication: A Social Action Perspective*. Newbury Park, California, Sage.

Argyris, C.; Putnam, R. y Smith, D. (1985). *Action Science*. San Francisco, Jossey Bass.

Bogaert, M. V. D.; Bhagat, S. y Bam N. B. (1981). "Participatory Evaluation of an Adult Education Programme" en *Participatory Research in Devaluation: Experiments in Research as a Process of Liberation*. New Delhi, Indian Social Institute.

Bryman, A. (1984). "The Debate about Quantitative and Qualitative Research: A Question of Method or Epistemology" en *The British Journal of Sociology*.

Burke, K. (1968). *Language as Symbolic Action*. Berkeley, California, University of California Press.

Chamarik, S. (1993). *Democracy and Development: A Cultural Perspective*. Bangkok, Local Development Institute.

Chantana, P. y Wun Gaeo, S. (1985). *Participatory Research and Rural Development in Thailand*. Manila, Philippines, Farmer's Assistance Board.

Christians, C. y Carey, J. (1981). "The Logic and Aims of Qualitative Research" en *Research Methods in Mass Communication*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall.

D'Abreo, D. (1981). "Training for Participatory Evaluation" en *Participatory Research and Evaluation: Experiments in Research as a Process of Liberation*. New Delhi, Indian Social Institute.

Dervin, B. (1982). "Citizen Access as an Information Equity Issue" en Schement, J. R.; Gutiérrez, F. y Sirbu, M. (eds.) *Progress in Communication Sciences*. Norwood, Massachusetts, Ablex.

Díaz Bordenave, J. (1977). *Communication and Rural Development*. Paris, UNESCO.

Ewen, S. (1983). "The Implications of Empiricism" en *Journal of Communication*.

Fals Borda, O. (1988). *Knowledge and People's Power: Lessons with Peasants in Nicaragua, Mexico and Colombia*. New Delhi, Indian Social Institute.

Farrington, J. (1988). "Farmer Participatory Research: Editorial Introduction" en *Experimental Agriculture*.

PhilDHRRA (1986). Philippine partnership for the Development of Human Resources in Rural Areas.

Friberg, M. y Hettne, B. (1985). *The Greening of the World: Development as Social Transformation*. Boulder, Colorado, Westview.

Fuglesang, A. (1984). "The Myth of People's Ignorance" en *Development Dialogue*, Uppsala 1 (2).

Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York, Basic Books.

Halloran, J. D. (1981). "The Context of Mass Communication Research" en McAnany, E.; Schnitman, J. y Janus, N. (eds.) *Communication and Social Structure: Critical Studies in Mass Media Research*. New York, Praeger.

Harris, M. (1980). *Cultural Materialism: The Struggle for a Science of Culture*. New York, Vintage.

Jacobson, T. (1993). "A Pragmatist Account of Participatory Communication Research for National Development" en *Communication Theory*, 3 (3).

Jayaweera, N. (1986). *The Political Economy of the Communication Revolution and the Third World*. Singapore, AMIC.

Kassam, Y. y Mustafa, K. (eds.) (1982). *Participatory Research: An Emerging Alternative Methodology in Social Science Research*. New Delhi, Society for Participatory Research in Asia.

Kennedy, T. W. (1984). "Beyond Advocacy: An Animative Approach to Public Participation". Tesis de doctorado. Cornell University.

Kronenburg, J. (1986). *Empowerment of the Poor: A Comparative Analysis of Two Development Endeavours in Kenya*. Nijmegen, Netherlands, Third World Center.

Kuhn, T. (1962). *The Structure of Scientific Revolution*. Chicago, University of Chicago Press.

Long, N. y Long, A. (1992). "Battlefields of Knowledge" en Long, N. y Long, A. (eds.) *The Interlocking of Theory and Practice in Social Research and Development*. London, Routledge.

Moustakas, C. E. (1974). *Individuality and Encounter*. Cambridge, Massachusetts, Howard A. Doyle Publishing.

Participatory Research Guide Book (1986). Laguna, Philippine Partnership for the Development of Human Resources in Rural Areas.

Rockhill, K. (1982). "Researching Participation in Adult Education: The Potential of the Qualitative Perspective" en *Adult Education*, 33 (1).

Simbulan, R. (ed.) (1985). *Participatory Research: A Response to Asian People's Struggle for Social Transformation*. Manila, Philippines, Farmers Assistance Board.

Tandon, R. (1985). "Participatory Research: Issues and Prospects" en *Farmers Assistance Board Response to Asian People's Struggle for Social Transformation*. Manila Philippines, Farmers Assistance Board.

Thayer, L. (1983). "On 'Doing' Research and 'Explaining' Things" en Gerbner, G. (ed.) "Ferment in the Field" en *Journal of Communication*, 33 (4).

Varma, R.; Ghosal, J. y Hulls, R. (1973). "Action Research and the Production of Communication Media". Ponencia. Udaipur, India, India Field Workshop.

White, R. (1982). "Contradiction in Contemporary Policies for Democratic Communication". Ponencia presentada en la Conferencia de la IAMCR. Paris, septiembre.

White, R. (1984). "The Need for Strategies of Research on the Democratization of Communication". Ponencia presentada en la Conferencia de ICA. San Francisco, mayo.

Whyte, W. F. (ed.) (1989). *Learning from the Field: A Guide from Experience*. Beverly Hills, California, Sage.

Whyte, W. F. (ed.) (1991). *Participatory Action Research*. Newbury Park, California, Sage.

Servaes, Jan (2001). "Does it make sense? Validity and Evaluation in Communication Resarch" en Servaes, J. *Communication for Development: One World, Multiple Cultures*. Cresskill, New Jersey, Hampton Press. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Extracto de Vinculando lo global desde lo local

Rico Lie

La globalización como desarrollo

Una primera perspectiva podría ser llamada la globalización como desarrollo. Tal perspectiva se basa en una aproximación político-económica, cuya parte dominante es a veces denominada "globalización desde arriba" (Beck 1996). Todavía se considera que la globalización es el destino final aplicable universalmente a las sociedades en transformación. Este destino final es diferente del destino final ideal del Estado-nación moderno, que era la búsqueda común del así llamado paradigma de la modernización (Servaes 1999). A diferencia de la teoría de la modernización —tal como fue promovida en los campos del desarrollo y la comunicación para el desarrollo, por ejemplo por Rostow, Rogers, Lerner y Schramm en las décadas que siguieron a la Segunda Guerra Mundial—, la globalización busca un cambio económico y un cambio de gobernanza hacia una escala global. La internacionalización de las economías nacionales es considerada como una condición necesaria para el desarrollo. Las preguntas son, por supuesto: "¿Para quién es este desarrollo global? ¿Quién se beneficia de la globalización?, ¿este tipo de desarrollo crea nuevas formas de desigualdad? y ¿se está ampliando la brecha global entre los ricos y los pobres, entre los que tienen información y los que no?". Las protestas en las cumbres de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en Seattle (diciembre 1999) y la del Fondo Monetario Internacional (FMI)/Banco Mundial (BM) en Praga (septiembre 2000) dejaron en claro que no todos están de acuerdo con la hipótesis de que la globalización significa desarrollo. El desarrollo con la perspectiva de "la globalización como desarrollo desde arriba" es visto principalmente como un cambio estructural global político, pero mayormente económico. Algunas de las críticas al paradigma de la "modernización como desarrollo" siguen siendo aplicables al de la "globalización como desarrollo desde arriba". Algunas de ellas se refieren a "la forma de pensar lineal", "la forma de pensar homogénea y no plural", "la forma de pensar positivista y conductista", "la forma de pensar occidental/del Norte" y "el enfoque de que el desarrollo es de carácter principalmente económico". Otra crítica es que la mayoría de los elementos en el conglomerado de cambios no se tienen en cuenta en el planteamiento de la globalización como desarrollo. Aspectos de interdisciplinariedad, el poder de la cultura y la unión de la globalización con la localización siguen sin abordarse.

La globalización desde abajo

La "globalización desde abajo" —también conocida como "globalización desde las bases", "gobernanza desde abajo" o "antiglobalización"— se refiere al trabajo y al auge de comunidades transnacionales en el campo de las organizaciones no gubernamentales (ONG) ocupadas en movilizar a grupos específicos locales, nacionales y regionales sobre temas de equidad, acceso, justicia y redistribución (Appadurai 2000). Beck (1996) se refiere en este contexto a la «subpolítica global» y ve la «globalización desde abajo» como la búsqueda de la globalización, « [...] por ejemplo mediante nuevos actores transnacionales que operan más allá del sistema de la política parlamentaria y retan a las organizaciones políticas y grupos de intereses establecidos. La "globalización desde abajo" está, por ende, orientada principalmente hacia las desigualdades e injusticias y promueve la democracia y la libertad. La "globalización desde abajo" se refiere a las mejoras para

el pueblo, y este cambio positivo se considera que viene desde abajo, desde las bases, desde lo local. Se sostiene que el cambio debe ajustarse a las circunstancias locales, sin importar cuán diversas sean en distintas localidades. Las comunidades que intentan canalizar esta búsqueda del "cambio desde las bases" abarcan desde ONG locales hasta grupos indígenas, grupos de mujeres, de campesinos y todo tipo de comunidades epistémicas.

Esta globalización desde abajo se da a través del establecimiento de redes transnacionales entre estas comunidades, de movimientos transnacionales de todo tipo de grupos y de la construcción de una sociedad civil transnacional que apunta principalmente al cambio político estructural. Es una acción contestataria colectiva que busca hacerse escuchar dentro de un sistema político y para cambiar el sistema desde fuera, canalizando las voces de lo local al interior político. La "globalización como desarrollo desde abajo" es, así, un proyecto político y la participación en ella se basa en las acciones contestatarias de todo tipo de movimientos. La participación, en el caso de la "globalización desde abajo", está en la oposición.

La localización como desarrollo

Una segunda perspectiva sobre la vinculación entre la globalización y el desarrollo se refiere a la unión intrínseca con la localización. Se puede, por consiguiente, llamar localización como desarrollo. Los procesos interconectados de la globalización y la localización —o *glocalización*, como algunos prefieren llamarla— operan en y entre distintos niveles de la sociedad. En el caso de la glocalización, la globalización no atañe solamente a los contactos entre el nivel de las naciones o entidades internacionales macro (como era común en el paradigma de la dependencia, al que se refieren generalmente quienes usan el término globalización), sino también a los contactos interculturales a niveles más básicos de organización de la sociedad. La globalización es un proceso que no sólo es aplicable a las naciones, sino también a las comunidades de pequeña escala e individuos, incluidos los facilitadores del desarrollo. Estos contactos entre niveles —también llamados flujos, para enfatizar específicamente el flujo de productos culturales y mensajes de desarrollo— y especialmente las interpretaciones que individuos de comunidades locales hacen de los productos culturales y los mensajes, forman la base para una perspectiva más localizada de la globalización y ven al desarrollo como localización.

Es, entonces, a nivel local que es posible identificar los procesos de la localización. Primero, para poder aceptarla como una forma de desarrollo, necesitamos preguntarnos lo que conlleva. La localización es más o menos lo mismo que el "localismo". El localismo puede ser un término de uso más común, pero yo prefiero localización por el carácter de proceso que incluye el término y por el contraste lingüístico que hace con el término globalización. Según Nadel-Klein (1991), el localismo se refiere a «la representación de la identidad de grupo definida principalmente por un sentido de compromiso con un lugar particular y con un conjunto de prácticas culturales que se articulan conscientemente y, en alguna medida, se separan y toman distancia del mundo social que las rodea». La localización se puede ver, entonces, como el proceso de articular prácticas culturales basadas en lo local y de reforzar identidades culturales a niveles comunitarios locales contrastándolas con otras localidades culturales, ya sean cercanas (una comunidad vecina) o lejanas (un programa de televisión producido en otro continente). En algunos casos, la localización se ve explícitamente como una reacción al proceso de globalización (Van Ginkel 1992). La gente maneja los aspectos de la globalización (mensajes "externos al grupo") desde sus contextos locales y esta interacción podría llevar a un mayor énfasis en los procesos culturales a pequeña escala. «En [...] el intento por teorizar sobre la fase actual de la globalización, la interconexión global no resulta en la creación de una "sociedad global". Produce, por un

lado, un conjunto descentralizado de interacciones subnacionales y supranacionales —desde transferencias de capitales y movimiento de poblaciones hasta la transmisión de información— y estas interacciones ayudan a multiplicar, inventar y diseminar diferencias culturales, en lugar de superarlas» (Buell 1994). Entonces, incluso en el nivel nacional, en lo que concierne a las culturas nacionales y al Estado-nación, la globalización no representa necesariamente la integración cultural, como aseguran los "globalistas". Por el contrario, se asume que la globalización y la localización son procesos interrelacionados y que la globalización puede de alguna manera estimular los procesos de localización. La localización, en un discurso del desarrollo, significa que se pone un énfasis explícito en la articulación de identidades culturales y características comunitarias locales.

El paradigma de "la localización como desarrollo" pone el acento en el cambio social e individual desde las bases y concede un alto valor a la comunicación/cultura. Como tal, está asociado muy estrechamente al paradigma de la multiplicidad (Servaes 1999). En la esfera de la comunicación/cultura, el vínculo entre el desarrollo y la globalización no se refiere tan directamente a la globalización, sino que puede establecerse solamente tomando en serio el concepto de la localización y explorando a fondo el vínculo entre la globalización y la localización. Esta exploración puede empezar por centralizar los procesos locales de interpretación. Son estos procesos de interpretación los que representan la interconexión global desde lo local. Adicionalmente a la "globalización desde abajo" en el ámbito político, se puede distinguir otra dimensión de abajo hacia arriba en el campo específico de la comunicación/cultura. Aunque toda acción contestataria se basa en procesos de interpretación, esta dimensión no ha sido abordada en toda su dimensión en muchos debates sobre la globalización. De esta manera, el "desarrollo como localización" puede ser visto como altamente asociado a este poder de interpretación de los individuos.

El poder de la interpretación

La interpretación empodera a las personas en el sentido de que son los verdaderos actores en cualquier proceso humano (de desarrollo). Este poder de la interpretación es en muchos casos apolítico, lo cual significa que no se organiza ni estructura en términos políticos. Son las personas, en un ambiente apolítico, las que deciden qué hacer con lo que se les ofrece. Es a la gente misma, no a las ONG ni a las organizaciones que las representan, a la que se refiere este tipo de desarrollo localizador. Mediante el acto de interpretación, las personas localizan las cosas y las vuelven pertinentes a sus vidas cotidianas. Este proceso de interpretación se puede referir a un programa de televisión como *Dallas* (Liebes y Katz 1990), pero también a cualquier tipo de campaña u otra intervención promovida por un organismo de desarrollo. Estos actos de interpretación se pueden asumir como acciones contestatarias frente a la globalización, pero en una perspectiva más positiva es posible verlos como actos de localización. Es a través de la interpretación que las personas se empoderan.

Esta interpretación apolítica puede conducir, por supuesto, a la participación política y ser, en consecuencia, expresada por todo tipo de organizaciones. La participación apolítica no significa que las relaciones establecidas no tengan poder. Todas las relaciones humanas poseen elementos de poder, pero se trata simplemente de la participación en organizaciones apolíticas como las familias (extendidas), los círculos de amigos, grupos educacionales formales e informales, instituciones de la salud, clubes y asociaciones. A veces esta distinción entre lo político y lo apolítico no es tan rígida como parece. La participación de los medios, por ejemplo, puede ser altamente politizada en un país, mientras no lo es en otro.

El desarrollo puede, de esa manera, entenderse como la acentuación de estos procesos localizados de interpretación. La interpretación es un proceso de comunicación cultural. Un marco de referencia local se usa para lidiar con todo lo que viene de

fuera, se trate de McDonald's o de un programa de intervención de la población.

Hacia la "comunicación para la localización"

«La globalización no se refiere sólo a la creación de sistemas a gran escala, sino también a la transformación del contexto de la experiencia social local, e inclusive personal» (Giddens 1994). Lo que se resalta en este caso es que la globalización tiene que ver no solamente con los cambios abstractos que suceden a nivel macro. También con la forma en que la gente, situada a nivel local, los percibe. Este aspecto apunta hacia lo que Braman (1996) ha llamado la «globalización interpenetrada». Con esto se refiere a que la relación entre las partes y el conjunto total puede entenderse como mutuamente constitutiva; lo global nunca existe excepto en lo local. De hecho, éste parece ser uno de los nuevos temas fundamentales en el pensamiento sobre la globalización. Pensar en la globalización cultural no es algo completamente nuevo, sino que se construye sobre ideas y teorías existentes como la "aldea global", la mentalidad de dependencia, la americanización/occidentalización, el imperialismo cultural, el imperialismo de los medios y la sincronización cultural. Pero vincularla como intrínseca a un proceso de localización parece ser un gran avance. Ahora reconocemos que la globalización y la localización son dos puntos polares de un mismo *continuum* y que estudiarla desde una perspectiva centrada en las personas y en lo local no debería ser de dominio exclusivo de antropólogos que hacen trabajo de campo. La globalización y la localización, en lo que a la cultura se refieren, son procesos interpretativos. Esto significa que no son procesos objetivos, sino que están definidos de diferente manera por sujetos distintos, pertenecientes a comunidades distintas, en tiempos y lugares distintos.

A partir de Tomlinson (1994) y reflexionando con él sobre Giddens, la tesis de la globalización se trata en efecto de la estructura, y «nuestra experiencia en el día a día está ciertamente estructurada por fuerzas que son, en fin de cuentas, globales». Sin embargo, «ciertamente, no es una figura central en la conciencia cotidiana de la gente». Si no es una estructura global lo que desempeña un papel central en la vivencia cotidiana de las personas, ¿qué lo hace? A partir de planteamientos interpretativos en estudios de la comunicación (Carragee 1990, Evans 1990, Servaes y Frissen 1997), la antropología (Geertz 1973, Keesing 1987) y la sociología (Berger y Luckmann 1967), marcos de referencia, visiones del mundo, culturas y estructuras que guían nuestra actividad diaria se pueden, en primer lugar, buscar en lo local. Un enfoque interpretativo centra las interpretaciones de la gente en un contexto local. De esta forma interpretativa, la estructura cotidiana es mucho más local que global. Entonces, si volvemos a la afirmación de Giddens y a la crítica de Tomlinson, quisiera afirmar que los mundos excepcionales son todavía verdaderamente locales, en lugar de globales. Pero, ¿cómo incluimos el nivel global, o para tal caso, todo lo que viene desde afuera, en las interpretaciones basadas localmente?

En mi opinión, el flujo cultural, sea local o global, se interpreta en el contexto local de la vida cotidiana. La vida cotidiana es, como tal, el contexto principal en el que las personas manejan, en un sentido interpretativo, los mensajes del "grupo externo", así como del "grupo interno". Una identidad (cultural) que se construye (en parte) basándose en estas interpretaciones localmente enraizadas se deriva, no obstante, de diferentes niveles de la sociedad como el global, el macrorregional (por ejemplo la región de las islas del Pacífico o Europa); el nivel nacional (Estados-nación); el nivel meso-regional (provincias y condados); el nivel local (ciudades, vecindarios, comunidades, pero también familias extendidas); y, el nivel individual. Esto se da porque el flujo cultural incorpora elementos que se derivan de estos distintos niveles o de entidades que operan en estos niveles. En esta línea de pensamiento, lo global es ciertamente una influencia en la formación de la identidad, pero no se puede hacer demasiado hincapié en esta influencia porque las interpretaciones, que son interpretaciones culturales locales, preceden a la construcción de la identidad.

Este proceso de interpretar a las personas, las instituciones y los productos que se originan en diferentes niveles de la sociedad (Lie y Servaes 2000) puede llamarse localización cultural. Aunque, para darle una connotación más activa, me gustaría llamarlo "comunicación para la localización". A lo que me refiero básicamente con ello es a que los procesos de cambio cultural y flujos de conocimientos, cultura o información se deben analizar dentro de un contexto local en lugar de intentar colocarlos directamente en un contexto global. El flujo puede tener un carácter global o externo, pero las interpretaciones de estos flujos son, en primer lugar, locales. La "comunicación para la localización" se interesa particularmente en las dimensiones subjetivas de la globalización como un proceso de interpretación que va de abajo hacia arriba.

Una consecuencia de esta posición es que se privilegia el "derecho a la cultura" desde un punto de vista interno (de adentro para afuera). El artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) establece que «todos tienen el derecho a participar libremente de la vida cultural de la comunidad». Y una de las declaraciones de la conferencia de la UNESCO de 1968 sobre los derechos culturales como derechos humanos fue que «el derecho a la cultura incluye la posibilidad de todo ser humano de obtener los medios para desarrollar su personalidad, mediante su participación directa en la creación de valores humanos y de hacerse, de esta manera, responsable de su situación, ya sea local o a escala mundial» (Hamelink 1994). El punto que se resalta aquí es que la escala mundial o el marco de referencia global no son una fuerza externa en la creación de un individuo o incluso de una identidad cultural colectiva. El marco de referencia no es, por cierto, sino uno que guía, estructura, rodea y enmarca las interpretaciones culturales localmente enraizadas.

La otra dimensión de la "comunicación para la localización", que está más orientada hacia la acción, ya fue tratada en el acápite "la globalización desde abajo". El concepto representa, entre otras cosas, las actividades de movimientos sociales de base popular que se ocupan de temas culturales o étnicos. Son estas actividades las que tratan de contrapesar los flujos culturales globales y expresan preocupación por la identidad local cultural. En este caso, la prioridad también es la localización y no la globalización. Cuando los académicos hablan de movimientos sociales de base popular, se refieren a las áreas en las que estos movimientos tienen tendencias globales como, por ejemplo, el ambiente y los derechos humanos. Es en estas áreas que enfrentamos riesgos globales comunes y en estos casos no existen "los otros". Pero en el caso de la cultura, sí existen los otros. Además, ni siquiera estamos seguros de que nuestra ansiedad compartida con otros pueda producir la experiencia de, para decirlo a la manera de Tomlinson, un "nosotros global". El calentamiento global y la elevación del nivel del mar son catastróficos para muchas de las Islas del Pacífico porque éstas literalmente perderán su tierra. Pero en este caso, aún no existe un "nosotros global". Este ejemplo ilustra que podríamos necesitar añadir cambios más grandes al desarrollo sostenible, empezando por lo local, porque aun sin los "problemas" de la diversidad étnica, las diferencias religiosas fundamentales y la diversidad cultural, se nos hace muy difícil crear un "nosotros global".

Para resumir, se puede atribuir dos dimensiones a la "comunicación para la localización". La primera está relacionada con las interpretaciones locales y la construcción de la identidad cultural local, una construcción que se basa, en parte, en estas interpretaciones. Las interpretaciones del flujo cultural, sea global o local, se contextualizan siempre en un marco de referencia local. Sin embargo, dado que el flujo incorpora elementos de muchos niveles distintos, la construcción de la identidad también incorpora estos elementos, aunque, por el hecho de que éstos se interpretan en primera instancia en un contexto local, también se les da una nueva forma local. En segundo lugar, la "comunicación para la localización" está relacionada con la acción. Como concepto activo se refiere a apoyar la voz de lo local

(que en algunos casos también significa lo nacional o hasta lo macrorregional), o de grupos desfavorecidos (ya sea en un ámbito global, macrorregional, nacional, regional o local), a fin de contrarrestar el flujo de la comunicación global y favorecer positivamente el "derecho a la cultura" desde adentro hacia afuera. Esta dimensión ahora se llama, por lo general, "globalización desde abajo".

Bibliografía citada

Appadurai, A. (2000). "Grassroots Globalization and the Research Imagination" en *Public Culture*, 12 (1).

Beck, U. (1996). "Risk Society as Cosmopolitan Society?" en *Theory, Culture and Society*, 13 (4)

Berger, P. y Luckmann, T. (1967). *The Social Construction of Reality*, New York, Doubleday.

Braman, S. (1996). "Interpenetrated Globalisation: Scaling, Power, and the Public Sphere" en Braman, S. y Sreberny-Mohammadi, A. (eds.) *Globalisation, Communication and Transnational Civil Society*. Cresskill, Hampton Press.

Buell, F. (1994). *National Culture and the New Global System*. Baltimore, The Johns Hopkins University Press.

Carragee, K. M. (1990). "Interpretive Media Study and Interpretive Social Science" en *Critical Studies in Mass Communication*, 7 (2).

Evans, W. A. (1990). "The Interpretive Turn in Media Research: Innovation, Iteration, or Illusion?" en *Critical Studies in Mass Communication*, 7 (2).

Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York, Basic Books.

Giddens, A. (1994). *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics*. Cambridge, Polity Press.

Hamelink, C. J. (1994). *The Politics of World Communication; A Human Rights Perspective*. London, Sage.

Keesing, R. M. (1987). "Anthropology as Interpretive Quest" en *Current Anthropology*, 28 (2).

Lie, R. y Servaes, J. (2000). "Globalization: Consumption and Identity. Towards Researching Nodal Points" en Wang, G.; Servaes, J. y Goonasekera, A. (eds.) *The New Communications Landscape. Demystifying Media Globalization*. London, Routledge.

Liebes, T. y Katz, E. (1990). *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of "Dallas"*. New York, Oxford University Press.

Nadel-Klein, J. (1991). "Reweaving the Fringe: Localism, Tradition, and Representation in British Ethnography" en *American Ethnologist*, 18 (3).

Servaes, J. (1999). *Communication for Development. One World, Multiple Cultures*. Cresskill, Hampton Press.

Servaes, J. y Frissen, V. (1997) (eds.) *De Interpretatieve Benadering in de Communicatiewetenschap: Theorie, Methodologie en Case-studies*. Leuven, ACCO.

Tomlinson, J. (1994). "A Phenomenology of Globalization? Giddens on Global Modernity" en *European Journal of Communication*, 9 (2).

Van Ginkel, R. (1992). "Groen-zwart, Texels in het Hart", Over Articulatie van Identiteit op een Nederlands Waddeneiland en *Amsterdams Sociologisch Tijdschrift*, 18 (4).

Lie, Rico (2002). "Linking the Global from within the Local" en Lie, Rico *Spaces of Intercultural Communication: An Interdisciplinary Introduction to Communication, Culture, and Globalizing/Localizing Identities*. New Jersey, Hampton Press. Reproducción autorizada por la editorial.

Medios de comunicación y esfera pública democrática

Rosa María Alfaro

Reconocemos el gran impacto de los medios de comunicación en la sociedad actual y el sistema de poder político que la sostiene, teniendo especial primacía la televisión. A la vez, hemos sido testigos de sus dificultades para producir información relevante y de calidad para el país y el mundo, de la parcialización en la que muchas veces ha degenerado, y de los actos de corrupción en los que estuvo involucrada, violando el principio constitucional de la libertad de expresión. Es decir, tal influencia masiva carece de calificación para los avances que requerimos en el campo del desarrollo y de la democratización en el país.

Sin embargo, esa constatación es ya un sentido común repetitivo[1] que nos sustrae de otra discusión más significativa respecto de los medios y su responsabilidad pública, pues no estamos sólo ante empresas mediáticas buenas o malas, sino ante una nueva función que los medios no saben asumir o les cuesta avizorar. En Perú se ha trabajado poco la conexión de los medios con la formación de lo público. No se les percibe al interior de un proceso complejo y creativo de construcción de ese sentido colectivo que siembra vínculos en una sociedad, admitiendo diferencias ideológicas o de otro tipo, particularidades individuales y aportes de organizaciones e instituciones. Esta nueva práctica como tarea política es indispensable en la formación de un país éticamente incluyente, articulado y democrático. Lamentablemente, la propia noción de esfera pública, tan importante en la modernidad, está poco elaborada, menos asimilada, no sólo por los medios sino por la clase política y la ciudadanía. De allí que el término de opinión pública sea más bien percibido como una homogeneidad resultante de simples coincidencias individuales, suplantando los vacíos de concertación social que nos caracterizan. Así, la acción política en los medios es depuesta por erróneos y simplistas conceptos de imagen y publicidad, conducta típica de regímenes populistas, quienes calcan estrategias de *marketing* para buscar popularidad, sin asumir la tarea de gestar sociedad y poder compartido mediante una comunicación pública. Lo público es aún percibido como estatal o gubernamental cuyos destinatarios son masas homogéneas y poco instruidas. Por lo tanto, es de por sí materia de sospecha, actitud cimentada históricamente y que produjo culturas políticas de sentido antiestatal, basadas en la desconfianza política, con razón o sin ella.

La esfera pública en su asociación comunicativa

En primer lugar, quisiera recuperar los aportes de Hannah Arendt (1993) sobre el tema. Ella, al perfilar la importancia de lo público-político, incide en la considerable relación que transcurre entre palabra, persuasión, discurso y acción, es decir le marca una definición comunicacional a este quehacer tan central, pues garantizaría la producción de lo común, pero siempre vinculada a la intervención o la gestión política, en una línea de interpretación y diálogo. Resalta la importancia de las temáticas relativas al interés social, y establece una línea fronteriza relativa entre lo privado y lo público ubicada en lo social como espacio de armonización de ambas dimensiones. Según Arendt, la esfera pública es el lugar de los asuntos humanos, el espacio en el que se construyen los intereses comunes de una sociedad en la aventura de estar juntos entre los miembros de una macrocomunidad moderna y compleja.

La esfera pública supone procesos por donde circulan y se confrontan los intereses privados para hacerse públicos, es decir, de todos. Estos no son homogéneos, se ubican por sobre el interés privado, pero basándose en ellos. Lo privado sería un mundo donde están ausentes los demás, lo público supone la presencia de distintos actores construyendo justamente lo que le da sentido a la convivencia. Así, estamos juntos porque tenemos algo en común; por eso algunos autores destacan la importancia de las imágenes que tienen que ver con la identidad de una comunidad nacional, con el mundo simbólico del futuro, es decir con la manera como imaginamos el pasado, el presente y lo que viene o deseamos para después. El montaje de lo común viene a ser una tarea central de la democracia, dándole una perspectiva más humanista y ética y no sólo normativa electoral. Por ejemplo, el tema del empleo puede ser objeto de discusión, sobre el cual puede haber distintas perspectivas e intereses, pero lo importante es que éste se discuta más allá de las expectativas de uno o dos actores y se identifiquen disidencias y coincidencias, que en el diálogo pueden enriquecerse y hasta transformarse para generar políticas públicas laborales que beneficien a muchos.

Otra idea importante de Arendt, también señalada por Norberto Bobbio (1997), define a la democracia como el poder público en público. Se trata de la articulación de lo común con lo visible, pues su naturaleza estaría en qué es lo que se puede oír, leer y ver, en qué se publicita en el sentido de hacerse manifiesto. Nuevamente se asocia comunicación con acción política. Arendt recurre a una figura interesante de la luz dura que enceguece al poder político y al interés privado pues ninguno puede soportar esa brillantez implacable de lo público. Pero, a la vez, tal luminosidad incluye como testigo a la sociedad en su conjunto, la hace partícipe del comportamiento de los otros y de sí misma. Es la aparición pública que crea sensaciones de realidad. En ella la presencia de los sujetos adquiere experiencia y verdad, pues ven lo que vemos y oyen lo que oímos. Es decir, estamos frente a lo común visible, no como fotografía sino como un vídeo que va dando cuenta de un proceso y no de una situación fija. Lo público sería, por lo tanto, una luz dura que ilumina el escenario, los actores y lo que allí sucede, donde no tiene cabida el secreto. Por ejemplo, los *vladivídeos* dijeron mejor de la corrupción que una disertación teórica o una acusación legal, expresaron con la imagen la fuerza que puede tener un Estado autoritario, organizado alrededor de su descomposición ética. El tema de la corrupción, por lo tanto, se configuró como concerniente a todos implicando medidas para castigar culpables y prevenir su reaparición.

No estamos, por ende, frente a una noción institucional de esfera pública sino al conjunto de procesos visibles que construyen intereses, espacios, simbologías, valores y sentido de futuro, como tarea asumida doble y cruzadamente entre Estado, sociedad civil y medios. Es decir, aludimos a un conjunto de conversaciones públicas que generan afinamiento de demandas y disconformidades subjetivas (muy relevantes en Perú), de priorización de las necesidades objetivas en deliberación, de reconstrucción de las esperanzas y del capital social para la política, es decir de politización de la sociedad en el sentido amplio del término. Actividades que son posibles en la relación interactuante entre sus protagonistas. La sociedad civil pasaría, sí así nos lo propusiéramos, a otro momento de renovación de políticas públicas o comunicacionales y vigilando los intereses comunes. Es decir, sería promotora futura del desarrollo de una esfera pública democrática en el país, de una nueva presión social que induzca a los medios masivos a comprometerse con ella.

Nos atrevemos a decir que en el país no hay aún una voluntad del Estado ni de los medios por construir esfera pública y la sociedad civil, influida por un enfoque social apolítico, la subvalora. Lo que observamos en medios, foros, consultas es una superposición de intereses particulares, una contraposición de enfoques para negarse unos a otros, una gran intransigencia para gestar los vínculos que estamos sugiriendo. Tenemos en nuestro haber una

sobreproducción de monólogos. Hay momentos en que los líderes enuncian temas y perspectivas pero sin diálogo y búsqueda de lo común. No hay capacidad de escucha dada la mirada confrontativa de la política tan privatizada o fragmentada como se encuentra. No se dan cuenta que sin lo público, construido y reeditado permanentemente, no es posible la convivencia humana ni la democratización de la política, tampoco de la economía. Estamos aún empantanados en un diálogo de sordos. Curiosamente podemos observar que cuando nos referimos a lo público visible, pensamos en los medios y la cultura homogénea de las masas. Pero cuando cavilamos sobre la política y las problemáticas sociales admitimos y hasta afianzamos la particularidad, el interés específico y la fragmentación social y política en la que nos encontramos. ¿Estamos ante una contradicción o una paradoja en el pensamiento? Suena a desintegración entre comprensión comunicativa y política de la sociedad.

En el Perú, la búsqueda de lo colectivo humano es aún una práctica frágil y poco asentada. Los medios de comunicación no contribuyen a construir intereses comunes ni perspectivas de cooperación, no ayudan a procesar tolerancias mutuas; más bien privatizan lo público y resaltan las intransigencias; la discrepancia necesariamente lleva a la contienda; los problemas sociales son procesados abriendo espacios de opinión a cada actor encerrado en su interés específico, incluyendo a los pobres; así, la parcelación se multiplica en una exposición de múltiples intereses para ser observados o constatados. Es decir, la visibilidad se distancia de la gestación de lo común. La preeminencia de la noticia define nuestras preocupaciones como una maquinaria de acontecimientos que no se eslabonan y que finalmente no es posible tematizar. Nos cuesta procurar una agenda pública, concepto deformado por la noción de *agenda setting*, como si fuese un resultado espontáneo de la exposición pública. Apostamos más bien a aquella que se construye en discusión e interacción, modificándose constantemente en su formulación. A ello se añade que no somos un país indulgente con la crítica. La clase política se resiste a ser cuestionada. La desconfianza nos habita. Estamos en un proceso de construcción de lo público, pero con muchas trabas y cargas negativas. La separación entre sociedad civil, Estado y mercado tiende a mantenerse como rasgo de nuestra identidad y nuestros comportamientos cotidianos.

Desde el Estado y la clase política no se percibe la existencia de políticas de modernización de la comunicación para que ésta pueda cumplir una función pública siendo gestión de medios privados. Tampoco desde el mundo empresarial y el académico. Más bien, la mayoría busca congraciarse con ellos para obtener regalías en la aceptación masiva de un personaje, organización o institución. Pocos —o nadie— definen sus propias políticas para contribuir a gestar una esfera pública sólida y democrática desde su relación con la sociedad, dentro y fuera de los medios que tiene en sus manos, casi siempre demandada para una pobre función propagandística. No hay siquiera un saber especializado en el país respecto de la comunicación política. Los publicistas ingresan y salen de la política, dejando un halo de fracasos en su haber. Los periodistas consultores imaginan poco este nuevo quehacer. Las universidades casi no han desarrollado dicha especialidad como en otros países. Los encuestadores se quedan en el dato estadístico y su escaso significado público en una línea de cambio. Si bien, como dijo Sinesio López, somos una sociedad bastante organizada, lo es para la acción, pero no para construir intereses comunes.

Esfera y opinión pública: homogeneidad, diferencia y conflicto

Habermas (1986) descubre que la vida política requiere de esta construcción de lo público, entendiendo la noción de esfera como el gran foro de las sociedades modernas, en el que se lleva a cabo la participación política a través del habla. Él asocia acertadamente la esfera pública a la polémica y subraya lo racional argumentativo como su quehacer

específico. Señala la importancia del conjunto de personas reunidas para discutir puntos de interés público. Podríamos rebatirle en su énfasis racional, el de que no es posible disociar este quehacer de la expresión de emociones y sentimientos, insertos en los discursos políticos y prepolíticos basados en el descontento, especialmente en nuestros países estratificados, aunque siempre en busca de una canalización más deliberativa.

Nancy Fraser (1977) se aparta de Habermas en la manera de entender la esfera pública. Plantea que hay que repensarla a partir de las sociedades de capitalismo tardío, y no siempre partiendo de la existencia previa de una esfera pública sino más bien asumiendo que está por construirse. Destaca la importancia que debe tener la crítica como parte del ejercicio práctico de elaborar lo común, siendo tolerante con ella. Según Fraser, Habermas presenta a la esfera pública como uniforme, homogénea, perspectiva que oculta las desigualdades que están a la base de la discusión pública aunque no siempre se manifiesten fácilmente. Así, no es tan posible que se llegue a acuerdos entre un obrero, un congresista, un empresario o un experto, pues los puntos de partida son diferentes y hay que asumir en el debate la diferencia, abriendo mayores oportunidades para la discusión a aquellos que no van en igualdad de condiciones. Es decir, hay que promover que en esa deliberación se exprese la diferencia. Lo que nos lleva necesariamente a definir otros modelos de esfera pública posliberales, en la que el conflicto social y político esté siempre destacado, ordenando la búsqueda de su reconocimiento.

En los usos prácticos de lo público está no sólo la agenda pública sino la noción de opinión pública. No sólo porque no se visibilizan tendencias y tensiones diferenciadas sino porque se busca ubicar los consensos de manera forzada y casi obligatoria, lo que posibilita generar adaptaciones especialmente en situaciones de inestabilidad o dar la idea de una sociedad ya lograda cuando no es verdad. De esa manera, se retrae la postura disconforme, se le quita peso y visibilidad. La inseguridad crea la espiral del silencio. En asunto de palabra y silencio, éste último no se combate por las propias opiniones pues el ciudadano trata de callar y más bien sumarse a la posición dominante. Pues la opinión pública está asociada a sanción y castigo y para no estar aislado se recurre al ocultamiento de las propias opiniones, entonces el ciudadano trata de contenerse y más bien sumarse a la posición dominante (Elizabeth Noelle-Neumann 1995). A partir de esa constatación, la verdadera opinión de cada individuo se reprime y se despolitiza, más aún si las preguntas enredan al encuestado en esa espiral del silencio y la homogeneidad. Lógicamente el conflicto se diluye y desaparece de la escena pública.

Ésta se conforma albergando o sufriendo desigualdades a las que hay que dar visibilidad y lugar. No se puede negar que existen y no es posible admitir que por un momento, durante una deliberación, estas desigualdades se oculten dando la apariencia de resolución. Estaríamos más bien frente a grupos de interés en competencia. La esfera pública sería «un escenario estructurado en donde tiene lugar la competencia o la negociación cultural e ideológica entre una variedad de públicos» (Goof Eley, citado por Fraser). De allí la importancia de la presencia de una pluralidad de perspectivas, en la que se dé cabida a los contradiscursos pero sobre el mismo objeto, expresándose con transparencia los conflictos que nos atraviesan como sociedad. Es como una nueva mirada de la pluralidad como gestión comunicacional y pública. Las múltiples demandas tienen que manifestarse pero para procesarse y deliberarse. De esa manera, ésta sería otra perspectiva crítica acerca de los sondeos de opinión pública diseñados para eliminar las diferencias y no presentar las controversias.

La esfera pública no es, por lo tanto, un escenario estructurado sino un espacio donde debe tener lugar la competencia, la discusión, la explicitación de las inequidades, de los enfoques, de los puntos de vista, de los conflictos de intereses. Admite que hay públicos y contrapúblicos. Por ejemplo, es importante el papel que ha tenido el feminismo como

contrapúblico para lograr construir una agenda más favorable para las mujeres y avanzar en la superación de la discriminación de género. Por lo tanto, no hay que ser tan duros e impedir lo contestatario, hay que dialogar con las diferencias, se trata de compartir información, de confrontar discursos, de permitir que las identidades se expliciten; por ello la participación es clave y habría que facilitarla. Y para ello es urgente aprender a deliberar comunicativamente.

Estamos en una sociedad muy fragmentada, con diferentes procesos culturales y diversas perspectivas; por lo tanto, para construir intereses comunes habría que pensar en otros espacios que no son solamente los espacios mediáticos, sino otros como las redes, ya no de carácter alternativo sino más bien de articulación, de diálogo y de influencia, de circulación y luego de publicitación de aquello que se construye. En esta lógica, considero que internet tiene un rol clave. Sin embargo, hace falta subrayar la importancia del disenso y de la independencia ciudadana frente a los consensos. La creatividad debería llevarnos a proponer innovadores estilos para generar lo común.

El concepto de esfera pública es fundamentalmente procesal, dinámico, tiene sentido no sólo de confrontación sino de construcción de prioridades, de visiones de futuro respecto del desarrollo y la democracia, tan importantes para la relación entre sociedad civil y Estado. La conversación y el debate deben ser prácticas permanentes en las que la diferencia develen derechos a la comunicación de sectores excluidos pero que pueden compartir y dialogar con los incluidos y con el poder, potenciándolos como protagonistas del cambio. Un desafío para el país en pleno proceso de transición es la construcción de una comunidad de intereses nacionales consensuados y no dictados, confeccionados en el ejercicio democrático de deliberar. No se trata de un ejercicio sólo partidario sino más abierto a la sociedad civil y sus múltiples enfoques e intereses.

En la construcción de la esfera pública, según Fraser, hay públicos fuertes y hay públicos débiles, los públicos fuertes son los que deciden; el Congreso y el Ejecutivo, por ejemplo. Son fuertes porque su opinión va a estar siempre muy ligada a la decisión. También hay públicos débiles, cuyos puntos de vista y poder de decisión son poco significativos. Se plantea como un aspecto democrático central la búsqueda de una relación entre lo fuerte y lo débil, es decir se enfatiza la interconexión por establecerse entre democracia participativa directa y representativa. Así, la idea de vigilancia implica un reconocimiento de la representación pero desde ella se ejerce también una forma de participación real. Añade que la esfera pública transita por diversos escenarios; hay multiplicidad de espacios públicos que admiten lo contestatario. Se trata de compartir información, opinión discursiva y concreciones de las identidades. Por ello lo participativo es clave. Es como un tejido que se va construyendo de conversaciones múltiples en diferentes espacios sobre la cuestión pública propiamente dicha y la política que se hace pública, para ser de todos. La superación del fragmento no es la vuelta a la homogeneidad nacionalista sino a las redes de diálogo y deliberación racional-afectiva, político-cultural.

Espacio público, sociedad civil y Estado

No puede haber una separación radical entre sociedad civil y Estado para construir una esfera pública democrática. Si bien hay que salvaguardar la independencia y los campos de intervención bien delimitados, nos situamos en un sistema de interacción comunicativa entre ambos protagonistas. Desde las dos experiencias hay mucho que aportar. El diálogo debe ser por lo tanto explícito, es decir ostensible, siendo actores públicos preocupados y propositivos a los ojos de todos y frente a políticas sociales, culturales e institucionales que el país requiere. Evidentemente no nos referimos al *lobbying* siempre oculto por su práctica asociada al negocio. Ello significa asumir una línea de participación que busque paridades en la gestión pública desde cada espacio y competencia específica, como

por ejemplo acción política y vigilancia. Pues lo común y lo visible suponen un protagonismo del Estado y de la sociedad civil al interior de una relación entre públicos fuertes y débiles, recogiendo la propuesta de Fraser en una relación sinérgica de potenciarse mutuamente.

Esta comunicación es necesaria, más aún cuando la disparidad de poder suele ser tan grande entre uno y otro ámbito. De hecho, se trata de democratizar las relaciones entre ambos, para llegar a establecer vínculos sólidos y de continuidad. La sociedad civil puede investigar, proponer, deliberar, generar opinión y presionar, pero no toma decisiones. En cambio el Estado sí lo hace e invierte en ello. Compartir críticas, descontentos, propuestas y decisiones es un reto clave en la construcción de la democracia, posibilitando que influya más la sociedad civil en la vida política y viceversa. Se estaría en ese sentido democratizando la política y politizando a la sociedad. Reconocerse como diferentes y contrapuestos, según las situaciones, no debe impedir el arribo a acuerdos; por el contrario, pues es el bien público lo que importa, ganando el Estado más democracia, eficiencia o legitimidad, y la sociedad civil más poder. No serían prebendas que se reparten sino resultados de una relación comunicativa que pone el acento en la democratización política del propio Estado y de la sociedad, a los ojos de todos. En esa relación interinstitucional por conseguirse es donde se volvería a ligar democracia directa y representativa en una misma línea de confluencia, sin paralelismos. Pues la formación de opinión y el capital social de una nación, lejana a la toma de decisiones, no acumula voluntad de transformación. La separación tajante no ayuda a la autodeterminación emancipatoria de ciudadanos y grupos en una sociedad, ya que no los incluye en la gestión pública. Resulta central la asunción de responsabilidades políticas para la forja de una ciudadanía participante y de una sociedad democrática.

Para hacerlo se requiere de una mayor articulación entre desarrollo y democracia como entre lo social y lo político. La democracia se legitima cuando su gestión mejora los niveles de vida de una sociedad de manera más equitativa, es decir cuando los excluidos comienzan a ser incluidos. Y al hacerlo con la participación de la sociedad civil y la ciudadanía, la democracia se asienta haciéndose más ética y sostenible, pues las condiciones de vida humanizadas son el mejor cimiento de la formación y organización democrática. Un error garrafal en algunos medios como en el discurso de no pocos políticos está en separar ambas finalidades y prácticas sociopolíticas como paralelas entre sí.

Pensando desde el Estado, aparece la necesidad de crear políticas comunicacionales y formas concretas de llegar a la sociedad civil, para explicar los objetivos de las políticas diseñadas pero también para escuchar. En este sentido, hay que rechazar esa idea simplificadora de la realidad objetiva y subjetiva, entendiéndola como homogeneidad de opinión ante hechos ocurridos. Somos múltiples. La sociedad civil y las universidades deberían apostar por estudios más significativos sobre el proceso de formación de lo común. Pueden sugerir nuevas ideas de esfera pública por construirse. Pues desde el mercado, casi nunca se establece la relación entre información y opinión, por ejemplo, ni la especificidad vital de la que parte el ciudadano para juzgar. Bajo esta concepción, no se visibilizan tendencias y tensiones, se retrae la disconformidad. En consecuencia, los peruanos nos conocemos poco, nos cuesta identificar nuestros conflictos con más profundidad. Los estudios de opinión pública tienen que ser mucho más finos para dar cuenta de la riqueza que existe y de estos niveles de confrontación que no deben ocultarse; hay que permitir que se expresen para poder procesarlos. Para ello necesitamos de mucha creatividad, proponiendo diversos espacios públicos interconectados. Deben ser el retrato de la formación de lo público o de su estancamiento. La sociedad civil todavía actúa fragmentada, incluso el propio Estado que organiza un foro sobre descentralización, luego una consulta ciudadana, después otro sobre medio ambiente y

no se logra conectar temas y problemáticas, menos aún interrelacionar a los ciudadanos y sus instituciones. Creo que el principal desafío para el país es buscar la articulación de intereses, construir lo público porque casi no existe en un proceso organizado y ampliamente colectivizador y visible.

Los medios de comunicación y las redes de construcción de lo público

Los medios masivos y la televisión son espacios e instituciones relevantes en la construcción de lo público. Sin embargo, debemos cuidarnos de no resbalar hacia una visión monoteísta de su importancia, como si fuese el único lugar. No se trata de repetir de ninguna manera esa pretensión alternativa de que lo público verdadero está en la sociedad civil y en las organizaciones sociales desde los espacios comunitarios y las localidades de base. Ambos caminos deberían ser complementarios. Y son los medios masivos de información los que deben mejorar su capacidad de provocar intereses comunes y visibles en la sociedad. También está internet y las nuevas tecnologías sembradoras de redes como lugares por donde puede circular lo público, incluso favorecer nuevos sentidos de comunidad comunicativa. La relevancia de otros espacios como las caravanas ciudadanas organizadas por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria (emotividad y múltiples lenguajes), de los foros y ferias de discusión; la calle se ocupa no sólo para la protesta sino para conversar y gestar acuerdos, para presionar y proponer al Estado temas y sugerencias de carácter público y no sólo para mi grupo u organización. Se trata de promover esa ciudadanía que no agobia y enfrenta sino que vincula y permite la expresión. Se trata de vencer los miedos de mucha gente que se esconde en la masa pues tiene temor de pelear desde el espacio individual. El empoderamiento también le compete. Debemos ir hacia una cultura de la conversación y la deliberación, darle una base de socialidad a la gestación de lo público.

Todo lo anterior nos plantea la necesidad de dilucidar qué tipo de comunicación requerimos. Evidentemente si se apuesta sólo a la difusión de información, problemas y logros, poco será lo obtenido en términos públicos pues no ocurre el diálogo y la interacción no nos coloca en el camino constructivo de lo común visible. Igualmente la publicitaria o la centrada en la creación de imagen, no crea conversación, sólo busca impactar en el corto plazo, es intolerante a la crítica y oculta lo que puede ser conflictivo. Sólo una comunicación relacional más integral tendrá resultados: oír y expresarse, aprender unos de otros, aceptar la crítica, debatir con emotividad y argumentación, enriquecernos con los diferentes puntos de vista, ir tejiendo los acuerdos superando los intereses privados o particulares para que sean satisfechos al arribar a acuerdos mayoritarios. Se trata de hacer un balance equilibrado entre lo espectacular —que hoy es la cultura política y la deliberación— como entre las capacidades comunicativas de cada persona y de todo el instrumental a favor que toda sociedad moderna ya posee pero que no ha sabido utilizar para gestar ciudadanos emancipados y comunidad.

Notas

1 Véanse los sondeos cuantitativos con énfasis cualitativo y las consultas ciudadanas realizadas por la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social entre 2001 y 2002. La crítica a los medios es consensual.

Bibliografía citada

Arendt, Hannah (1993). *La condición humana*. Barcelona, Paidós.

Bobbio, Norberto (1997). *El futuro de la democracia*. México, Fondo de Cultura Económica.

Fraser, Nancy (1977). *Iustitia interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*. Bogotá, Universidad de los Andes, Siglo del Hombre Editores.

Habermas, J. (1986). *Historia y crítica de la opinión pública*. México, GG MassMedia.

Noelle-Neumann, Elizabeth (1995). "La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública" en Wolton, Dominique; Ferry, Jean-Marc y otros *El nuevo espacio público*. Colección El mamífero parlante. Barcelona, GEDISA.

El quinto poder

Ignacio Ramonet

La prensa y los medios masivos han sido, durante muchos decenios, en el marco democrático, un recurso de los ciudadanos contra el abuso de los poderes. En efecto, los tres poderes tradicionales —legislativo, ejecutivo y judicial— pueden fallar, confundirse y cometer errores. Mucho más frecuentemente, por supuesto, en los Estados autoritarios y dictatoriales, donde el poder político es el principal responsable de todas las violaciones a los derechos humanos y de todas las censuras contra las libertades.

Pero también en los países democráticos pueden cometerse abusos graves, aunque las leyes sean votadas democráticamente, los gobiernos surjan del sufragio universal y la justicia —en teoría— sea independiente del ejecutivo. Puede ocurrir, por ejemplo, que ésta condene a un inocente (¡cómo olvidar el caso Dreyfus en Francia!); que el Parlamento vote leyes discriminatorias para ciertos sectores de la población (como ha sucedido en Estados Unidos, durante más de un siglo, respecto de los afroestadounidenses, y sucede actualmente respecto de los oriundos de países musulmanes, en virtud de la *Patriot Act*); que los gobiernos implementen políticas cuyas consecuencias resultarán funestas para todo un sector de la sociedad (como sucede, en la actualidad, en numerosos países europeos, respecto de los inmigrantes "indocumentados").

En un contexto democrático semejante, los periodistas y los medios masivos a menudo han considerado un deber prioritario denunciar dichas violaciones a los derechos. A veces, lo han pagado muy caro: atentados, "desapariciones", asesinatos, como aún ocurre en Colombia, Guatemala, Turquía, Pakistán, Filipinas y en otros lugares. Por esta razón durante mucho tiempo se ha hablado del "cuarto poder".

Ese "cuarto poder" era, en definitiva, gracias al sentido cívico de los medios y al coraje de valientes periodistas, aquel del que disponían los ciudadanos para criticar, rechazar, enfrentar, democráticamente, decisiones ilegales que pudieran ser inicuas, injustas e incluso criminales contra personas inocentes. Era, como se ha dicho a menudo, "la voz de los sin-voz".

Desde hace una quincena de años, a medida que se aceleraba la globalización liberal, este "cuarto poder" fue vaciándose de sentido, perdiendo poco a poco su función esencial de contrapoder. Esta evidencia se impone al estudiar de cerca el funcionamiento de la globalización, al observar cómo llegó a su auge un nuevo tipo de capitalismo, ya no simplemente industrial sino predominantemente financiero. En suma, un capitalismo de la especulación. En esta etapa de la globalización, asistimos a un brutal enfrentamiento entre el mercado y el Estado, el sector privado y los servicios públicos, el individuo y la sociedad, lo íntimo y lo colectivo, el egoísmo y la solidaridad.

El verdadero poder, en la era de la globalización liberal, es detentado por un conjunto de grupos económicos planetarios y de empresas globales cuyo peso en los negocios del mundo resulta a veces más importante que el de los gobiernos y los Estados. Ellos son los "nuevos amos del mundo" que se reúnen cada año en Davos, en el marco del Foro Económico Mundial, e inspiran las políticas de la gran Trinidad globalizadora: Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio.

Es en este marco geoeconómico donde se ha producido una metamorfosis decisiva en el campo de los medios masivos, en el corazón mismo de su textura industrial.

Los medios masivos (emisoras de radio, prensa escrita, canales de televisión, internet) tienden cada vez más a agruparse en el seno de inmensas estructuras para conformar grupos mediáticos con vocación mundial. Empresas gigantes como News Corps, Viacom, AOL Time Warner, General Electric, Microsoft, Bertelsmann, United Global Com, Disney, Telefónica, RTL Group, France Telecom, etc., tienen ahora nuevas posibilidades de expansión debido a los cambios tecnológicos. La "revolución digital" ha derribado las fronteras que antes separaban las tres formas tradicionales de la comunicación: sonido, escritura, imagen. Permitió el surgimiento y el auge de internet, que representa una cuarta manera de comunicar, una nueva forma de expresarse, de informarse, de distraerse.

Desde entonces, las empresas mediáticas se ven tentadas de conformar "grupos" para reunir en su seno a todos los medios tradicionales (prensa, radio, televisión), pero además a todas las actividades de lo que podríamos denominar los sectores de la cultura de masas, de la comunicación y la información. Estas tres esferas antes eran autónomas: por un lado, la *cultura de masas* con su lógica comercial, sus creaciones populares, sus objetivos esencialmente mercantiles; por el otro, la *comunicación*, en el sentido publicitario, el *marketing*, la propaganda, la retórica de la persuasión; y, finalmente, la *información* con sus agencias de noticias, los boletines de radio o televisión, la prensa, los canales de información continua; en suma, el universo de todos los periodismos.

Estas tres esferas, antes tan diferentes, se imbricaron poco a poco para constituir una sola y única esfera ciclópea en cuyo seno resulta cada vez más difícil distinguir las actividades concernientes a la cultura de masas, la comunicación o la información (Ramonet 1998, 2001). Por añadidura, estas empresas mediáticas gigantes, estos productores en cadena de símbolos multiplican la difusión de mensajes de todo tipo, donde se entremezclan te-

Alfaro, María Rosa (2003). En VV. AA. *Relaciones entre Estado y sociedad civil: ¿concertación o vigilancia?* Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Poder, medios y esfera pública

levisión, dibujos animados, cine, videojuegos, CD musicales, DVD, edición, parques temáticos estilo Disneylandia, espectáculos deportivos, etc.

En otras palabras, los grupos mediáticos poseen de ahora en adelante dos nuevas características: primero, se ocupan de todo lo concerniente a la escritura, de todo lo concerniente a la imagen, de todo lo concerniente al sonido, y difunden esto mediante los canales más diversos (prensa escrita, radio, televisión hertziana, por cable o satelital, vía internet y a través de todo tipo de redes digitales). Segunda característica: estos grupos son mundiales, planetarios, globales, y no solamente nacionales, regionales o locales.

En 1940, en una célebre película, Orson Welles arremetía contra el "superpoder" del *Ciudadano Kane* (en realidad, el magnate de la prensa de comienzos del siglo XX, William Randolph Hearst). Sin embargo, comparado con el de los grandes grupos mundiales de hoy, el poder de Kane era insignificante. Propietario de algunos periódicos en un solo país, Kane disponía de un poder ínfimo (sin por ello carecer de eficacia a nivel local o nacional)[1] en comparación con los archipoderes de los megagrupos mediáticos de nuestro tiempo.

Estas megaempresas contemporáneas, mediante mecanismos de concentración, se apoderan de los sectores mediáticos más diversos en numerosos países, en todos los continentes, y se convierten de esta manera, por su peso económico y su importancia ideológica, en los principales actores de la globalización liberal. Al haberse convertido la comunicación (extendida a la informática, la electrónica y la telefonía) en la industria estratégica de nuestro tiempo, estos grandes grupos pretenden ampliar su dimensión a través de incesantes adquisiciones y presionan a los gobiernos para que anulen las leyes que limitan las concentraciones o impiden la constitución de monopolios o duopolios.[2]

La mundialización es también la mundialización de los medios masivos, de la comunicación y de la información. Preocupados sobre todo por la preservación de su gigantismo, que los obliga a cortejar a los otros poderes, estos grandes grupos ya no se proponen, como objetivo cívico, ser un "cuarto poder" ni denunciar los abusos contra el derecho, ni corregir las disfunciones de la democracia para pulir y perfeccionar el sistema político. Tampoco desean ya erigirse en "cuarto poder" y, menos aún, actuar como un contrapoder.

Si, llegado el caso, constituyeran un "cuarto poder", éste se sumaría a los demás poderes existentes —político y económico— para aplastar a su turno, como poder suplementario, como poder mediático, a los ciudadanos.

La cuestión cívica que se nos plantea pues, de ahora en adelante, es la siguiente: ¿cómo reaccionar? ¿Cómo defenderse? ¿Cómo resistir a la ofensiva de este nuevo poder que, de alguna manera, ha traicionado a los ciudadanos y se ha pasado con todos sus bártulos al enemigo?

Una fuerza cívica ciudadana

Es necesario, simplemente, crear un "quinto poder". Un "quinto poder" que nos permita oponer una fuerza cívica ciudadana a la nueva coalición dominante. Un "quinto poder" cuya función sería denunciar el superpoder de los medios, de los grandes grupos mediáticos, cómplices y difusores de la globalización liberal. Esos medios que, en determinadas circunstancias, no sólo dejan de defender a los ciudadanos, sino que a veces actúan en contra del pueblo en su conjunto. Tal como lo comprobamos en Venezuela.

En este país latinoamericano donde la oposición política fue derrotada en 1998 y en 2000 en elecciones libres, plurales y democráticas, los principales grupos de prensa, radio y televisión han desatado una verdadera guerra mediática contra la legitimidad del presidente Hugo Chávez (Ramonet 2002). Mientras que éste y su gobierno se mantienen respetuosos del marco democrático, los medios en manos de un puñado de privilegiados, continúan utilizando toda la artillería de las manipulaciones, las mentiras y el lavado de cerebro para tratar de intoxicar la mente de la gente (Lemoine 2002). En esta guerra ideológica, han abandonado por completo la función de "cuarto poder"; pretenden desesperadamente defender los privilegios de una casta y se oponen a toda reforma social y a toda distribución un poco más justa de la inmensa riqueza nacional.

El caso venezolano es paradigmático de la nueva situación internacional en la cual grupos mediáticos enfurecidos asumen abiertamente su nueva función de perros guardianes del orden económico establecido y su nuevo estatuto de poder antipopular y anticiudadano. Estos grandes grupos no sólo se asumen como poder mediático; constituyen sobre todo el brazo ideológico de la globalización y su función es contener las reivindicaciones populares que tratan de adueñarse del poder político (como logró hacerlo, democráticamente, en Italia, Silvio Berlusconi, dueño del principal grupo de comunicación transalpino).

La "guerra sucia mediática" librada en Venezuela contra el presidente Hugo Chávez es la réplica exacta de lo que hizo, de 1970 a 1973, el periódico *El Mercurio*[3] en Chile contra el gobierno democrático del presidente Salvador Allende, hasta empujar a los militares al golpe de Estado. Campañas semejantes, donde los dios pretenden destruir la democracia, podrían reproducirse mañana en Panamá, Brasil o Argentina contra toda reforma legal que intente modificar la jerarquía social y la desigualdad de la riqueza. Al poder de la oligarquía tradicional y al de los típicos reaccionarios, se suman actualmente los poderes mediáticos. Juntos —¡y en nombre de la libertad de expresión!— atacan los programas que defienden los intereses de la mayoría de la población. Tal es la fachada mediática de la globalización. Revela de la forma más clara, más evidente y más caricaturesca la ideología de la globalización liberal.

Medios masivos y globalización liberal están íntimamente ligados. Por eso, es urgente desarrollar una reflexión sobre la manera en que los ciudadanos pueden exigir a los grandes medios mayor ética, verdad, respeto por una deontología que permita a los periodistas actuar en función de su conciencia y no en función de los intereses de los grupos, las empresas y los patrones que los emplean.

En la nueva guerra ideológica que impone la globalización, los medios son utilizados como un arma de combate. La información, debido a su explosión, su multiplicación, su sobreabundancia, se encuentra literalmente contaminada, envenenada por todo tipo de mentiras, por los rumores, las deformaciones, las distorsiones, las manipulaciones.

Se produce en este campo lo ocurrido con la alimentación. Durante mucho tiempo, el alimento fue escaso y aún lo es en numerosos lugares del mundo. Pero cuando gracias a las revoluciones agrícolas los campos comenzaron a producir en sobreabundancia, particularmente en los países de Europa occidental o de América del Norte, se observó que numerosos alimentos estaban contaminados, envenenados por pesticidas, que provocaban enfermedades, causaban infecciones, generaban obesidad o cánceres y todo tipo de problemas de salud, llegando incluso a producir pánico en las masas como el mal de la "vaca loca". En suma, antes uno podía morirse de hambre, ahora uno puede morirse por haber ingerido alimentos contaminados...

Con la información, sucede un poco lo mismo. Históricamente, ha sido muy escasa. Incluso actualmente, en los países dictatoriales, no existe información fiable, completa, de calidad. En cambio, en los Estados democráticos, desborda por todas partes. Hoy la oferta de información nos inunda y nos asfixia sin que seamos capaces de procesarla, organizarla, ordenarla en definitiva. Se calcula que

un ejemplar de fin de semana del *New York Times* contiene tanta información como la que podía adquirir en toda su vida Cervantes o Shakespeare. Por consiguiente, evidentemente no hay posibilidad de procesar la cantidad de información que hoy nos llega. Informarse se ha transformado en una actividad extremadamente compleja a causa de su abundancia.

Empédocles decía que el mundo estaba constituido por la combinación de cuatro elementos: aire, agua, tierra, fuego. La información se ha vuelto tan abundante que constituye, de alguna manera, el quinto elemento de nuestro mundo globalizado.

Pero, al mismo tiempo, uno comprueba que, al igual que el alimento, la información está contaminada. Nos envenena la mente, nos contamina el cerebro, nos manipula, nos intoxica, intenta instilar en nuestro inconsciente ideas que no son las nuestras. Por eso, es necesario elaborar lo que podría denominarse una "ecología de la información". Con el fin de limpiar, separar la información de la "marea negra" de las mentiras, cuya magnitud ha podido medirse, una vez más, durante la invasión a Iraq (Ramonet 2003). Es necesario descontaminar la información. Así como han podido obtenerse alimentos "orgánicos", a priori menos contaminados que los demás, debería obtenerse una suerte de información "orgánica". Los ciudadanos deben movilizarse para exigir que los medios pertenecientes a los grandes grupos globales respeten la verdad, porque sólo la búsqueda de la verdad constituye, en definitiva, la legitimidad de la información.

Por eso, hemos propuesto la creación del Observatorio Internacional de Medios (en inglés: *Global Media Watch*). Para disponer finalmente de un arma cívica, pacífica, que los ciudadanos podrán utilizar con el fin de oponerse al nuevo superpoder de los grandes medios masivos. Este observatorio es una expresión del movimiento social planetario reunido en el marco del Foro Social Mundial en Porto Alegre (Brasil). En plena ofensiva de la globalización liberal, expresa la preocupación de todos los ciudadanos ante la nueva arrogancia de las industrias gigantes de la comunicación.

En una era de globalización económica y de reestructuración mundial de los medios a una escala sin precedentes, con la propiedad de los medios concentrándose en las manos de muy pocos, el acompañamiento crítico de los medios se convierte en un elemento central de la democracia.

Los grandes medios privilegian sus intereses particulares en detrimento del interés general y confunden su propia libertad con la libertad de empresa, considerada la primera de las libertades. Pero la libertad de empresa no puede, en ningún caso, prevalecer sobre el derecho de los ciudadanos a una información rigurosa y verificada ni servir de pretexto a la difusión consciente de informaciones falsas o de difamaciones.

La libertad de los medios es sólo la extensión de la libertad colectiva de expresión, fundamento de la democracia. Como tal, no puede ser confiscada por un grupo de poderosos. Implica, por añadidura, una "responsabilidad social" y, en consecuencia, su ejercicio debe estar, en última instancia, bajo el control responsable de la sociedad. Es esta convicción la que nos ha llevado a proponer la creación del Observatorio Internacional de Medios. Porque los medios son actualmente el único poder sin contrapoder, y se genera así en nuestras sociedades un desequilibrio perjudicial para la democracia.

Antes había tres poderes que eran legítimos, pero que podían cometer errores. Para corregir esos errores se creó el "cuarto poder", la prensa. Hoy los medios forman parte, junto con los otros tres, de los poderes que nos oprimen.

Hay que crear por consiguiente un nuevo contrapoder. Ese "quinto poder" es el Observatorio de los medios, es la crítica de los medios.

Por un lado, en la mayoría de los países desarrollados y democráticos se están creando decenas de asociaciones de críticas de los medios y, por otra parte, observamos que la credibilidad de los medios dominantes está bajando mientras que la credibilidad de los medios alternativos está subiendo, lo cual nos indica que precisamente es el momento de crear este "quinto poder". Un poder que sería el contrapoder específico del poder mediático.

La fuerza de este Observatorio es ante todo moral: reprende basándose en la ética y sanciona las faltas de honestidad mediática a través de informes y estudios que elabora, publica y difunde.

El Observatorio Internacional de Medios constituye un contrapeso indispensable para el exceso de poder de los grandes grupos mediáticos que imponen, en materia de información, una sola lógica —la del mercado— y una única ideología: el pensamiento neoliberal. Esta asociación internacional desea ejercer una responsabilidad colectiva, en nombre del interés superior de la sociedad y del derecho de los ciudadanos a estar bien informados. Propone además prevenir a la sociedad contra las manipulaciones mediáticas que, como epidemias, se han multiplicado estos últimos años.

El Observatorio reúne tres tipos de miembros, que disponen de idénticos derechos: (1) periodistas profesionales u ocasionales, en actividad o jubilados, de todos los medios centrales o alternativos; (2) universitarios e investigadores de todas las disciplinas, y particularmente especialistas en medios, porque la Universidad, en el contexto actual, es uno de los pocos lugares parcialmente protegidos contra las ambiciones totalitarias del mercado; y, (3) usuarios de los medios, ciudadanos comunes y personalidades reconocidas por su estatura moral...

Por una información no contaminada

Los sistemas actuales de regulación de los medios son en todas partes insatisfactorios. Al ser la información un bien común, su calidad no podría estar garantizada por organizaciones integradas exclusivamente por periodistas, a menudo vinculados a intereses corporativos. Los códigos deontológicos de cada empresa mediática —cuando existen— se revelan a menudo poco aptos para sancionar y corregir los desvíos, los ocultamientos y las censuras. Es indispensable que la deontología y la ética de la información sean definidas y defendidas por una instancia imparcial, creíble, independiente y objetiva, en cuyo seno los universitarios tengan un papel decisivo.

La función de los *ombudsmen* o "mediadores" o "defensores del lector", que fue útil en los años 1980 y 1990, está actualmente mercantilizada, desvalorizada y degradada. Es a menudo un instrumento de las empresas, responde a imperativos de imagen y constituye una coartada barata para reforzar artificialmente la credibilidad de los medios.

Uno de los derechos más preciados del ser humano es el de comunicar libremente su pensamiento y sus opiniones. Ninguna ley debe restringir arbitrariamente la libertad de expresión o de prensa. Pero las empresas mediáticas no pueden ejercerla sino bajo la condición de no infringir otros derechos tan sagrados como el de que todo ciudadano pueda acceder a una información no contaminada. Al abrigo de la libertad de expresión, las empresas mediáticas no deben poder difundir informaciones falsas, ni realizar campañas ocultas de propaganda ideológica, u otras manipulaciones.

El Observatorio Internacional de Medios considera que la libertad absoluta de los medios, reclamada a viva voz por los dueños de los grandes grupos de comunicación mundiales, no puede ejercerse a costa de la libertad de todos los ciudadanos. Estos grandes grupos deben saber de ahora en adelante que acaba de nacer un contrapoder, con la vocación de reunir a todos aquellos que se reconocen en el movimiento social planetario y

que luchan contra la confiscación del derecho de expresión.

Periodistas, universitarios, militantes de asociaciones, lectores de diarios, oyentes de radios, telespectadores, usuarios de internet, todos deben unirse para forjar un arma colectiva de debate y de acción democrática. Los globalizadores habían declarado que el siglo XXI sería el de las empresas globales; la asociación *Media Watch Global* afirma que será el siglo en el que la comunicación y la información pertenecerán definitivamente a todos los ciudadanos.

Notas

1 Véase, por ejemplo, en Italia, la superpotencia mediática del grupo Fininvest de Silvio Berlusconi o, en Francia, la de los grupos Lagardère o Dassault.

2 Presionada por los grandes grupos mediáticos estadounidenses, la Federal Communications Commission (FCC) de Estados Unidos autorizó, el 4 de junio de 2003, la flexibilización de los límites a la concentración: una empresa podría controlar hasta el 45% de la audiencia nacional (contra el 35%, en la actualidad). La decisión debía entrar en vigor el 4 de septiembre último, pero debido a que algunos ven en ella "una grave amenaza para la democracia", fue suspendida por la Corte Suprema.

3 Y muchos otros medios, como *La Tercera*, *Últimas Noticias*, *La Segunda*, Canal 13, etc. Léase Tupper, Patricio (2003).

Bibliografía citada

Lemoine, Maurice (2002). "Laboratorios de la mentira en Venezuela" en *Le Monde Diplomatique*, edición en español, agosto.

Ramonet, Ignacio (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Debate.

Ramonet, Ignacio (2001). *Propagandas silenciosas*. La Habana, Instituto Cubano del Libro.

Ramonet, Ignacio (2002). "El crimen perfecto" en *Le Monde Diplomatique*, edición en español, junio.

Ramonet, Ignacio (2003). "Mentiras de Estado" en *Le Monde Diplomatique*, edición en español, julio.

Tupper, Patricio (2003). *Allende, la cible des médias chiliens et de la CIA (1970-1973)*. Paris, Editions de l'Amandier.

Ramonet, Ignacio (2003). "El quinto poder" en *Le Monde Diplomatique*, N° 52, edición en español, octubre. Reproducción autorizada por el autor y la editorial.

El poder del movimiento

Warren Feek

Imaginemos un contexto de desarrollo internacional en el que fuera obligatorio lo siguiente:

1. Por cada dólar que se gaste en el desarrollo de una nueva vacuna o medicamento hay que destinar el equivalente al apoyo de una red y un movimiento de las personas directamente afectadas por el problema de salud para el cual se ha desarrollado ese medicamento. Cuando la Fundación Gates anuncia que va a gastar 130 millones de dólares en el desarrollo de una vacuna contra la malaria, también necesita anunciar y dedicar 130 millones de dólares a una red y un movimiento de familias y comunidades afectadas por la malaria.
2. Por cada dólar que gasta un organismo internacional en sus propias relaciones públicas y mediáticas (incluida la promoción de políticas) tiene que aportar la misma cantidad de recursos (sin condicionamientos) para potenciar las voces de las personas directamente afectadas por los temas a los que se dedica esa organización. El presupuesto de UNICEF dedicado a las relaciones públicas debe ser igualado por un aporte financiero (sin condicionamientos) para un movimiento de niños y padres en los países en desarrollo para que se puedan difundir más y con mayor claridad sus propios puntos de vista (aunque sean dispares e incompatibles) sobre los temas clave que los afectan.
3. Que no se considere legítimo ningún foro internacional de toma de decisiones en el ámbito del desarrollo si la mayoría de las personas que las adoptan no están afectadas directamente por el tema en cuestión. El grupo mayoritario en cada foro sobre VIH/SIDA —desde ONUSIDA hasta las sesiones especiales de la ONU, los mecanismos nacionales de coordinación y los grupos locales de VIH/SIDA— tiene que ser gente que vive con VIH/SIDA o se ve afectada por el VIH/SIDA.

¡Evidentemente, la adopción de estas propuestas es menos probable que mi elección como el próximo Secretario General de la ONU! Pero plantearlas como propuestas que tocan las ásperas aristas del desarrollo internacional —el desarrollo técnico, el financiamiento, la toma de decisiones y la promoción de organizaciones— destaca cuán lejos éste se ha desplazado de los elementos esenciales para el cambio efectivo a largo plazo. Tal como sostuve en un texto sobre estrategias publicado en *The Communication Initiative*, el modelo dominante actual para el desarrollo internacional, basado en IS = T x I x F (IS = impacto sostenible, T = asistencia técnica, I = intervención específica y F = financiamiento), en el mejor de los casos está en crisis y, en el peor, es un fracaso. Sin embargo, hay otro modelo sugerido por las propuestas arriba señaladas.

Necesitamos crear un modelo que se derive de algunos de los procesos de cambio no violentos más exitosos de la historia mundial. Una ecuación basada en estas experiencias podría verse de la siguiente manera:

Grado de IS = nivel L x escala V x enfoque A (IS = *impacto* sostenible, L = nivel de *liderazgo* de las personas más afectadas por el tema de desarrollo en cuestión al momento de confrontarlo, V = fuerza de sus *voces* en el debate público y en los foros importantes de toma de decisiones y A = resonancia local de la *agenda* de prioridades para el desarrollo en cualquier contexto dado.

De modo que, en prosa, se leería así:

El grado de impacto sostenible a largo plazo en cualquier tema de desarrollo es directamente pro-

porcional al nivel de liderazgo que ejercen los individuos directamente afectados por ese problema, multiplicado por la escala de debate público y diálogo privado sobre ese tema, multiplicado por cuán prioritario sea el tema para la acción "local" en cualquier contexto específico. Si estos tres factores obtienen una puntuación elevada, es altamente probable que el impacto sea sostenible a largo plazo. Si logran una baja puntuación, es poco probable que lo sea.

Esto difiere mucho de la teoría dominante que parece impulsar la mayoría de las acciones de desarrollo desde la perspectiva de los principales organismos de desarrollo internacional y de los gobiernos, tal como se señaló anteriormente. Entonces, ¿de dónde proviene la fórmula "Grado de IS = nivel L x escala V x enfoque A"? ¿Cómo se justifica y cuáles son las consecuencias para la inversión total en acciones de desarrollo e intervenciones específicas de comunicación?

No ha habido ningún movimiento social sostenible y efectivo en el que no hayan sido elementos medulares y centrales de la acción los principios de liderazgo de los más afectados; una voz fuerte e independiente que los represente en el debate público, el diálogo privado y los foros sobre toma de decisiones; y, su definición y aceptación de la agenda de desarrollo. Los invito a pensar en sus propias situaciones locales y nacionales. Por otro lado, les pido que reflexionen sobre estos movimientos sociales —de mujeres, anti *apartheid*, de los derechos civiles, contra la globalización, contra el racismo, contra los cultivos genéticamente modificados, contra la mutilación genital femenina, el Jubileo 2000 para reducir/eliminar la deuda de los países en desarrollo, los ambientalistas, los independentistas no violentos de muchos países y territorios, por los derechos de los homosexuales, por el derecho a la tierra de muchas llamadas "minorías" étnicas, los pacifistas y muchos movimientos sociales más— del Norte y del Sur, que están más allá de esa división geográfica.

Los movimientos exitosos tienen un liderazgo interno, una voz potente para expresar la perspectiva de los más afectados en el debate público y una posición fuerte en la definición de la agenda y la toma de decisiones como elementos centrales e intrínsecos de su efectividad y de la sostenibilidad de sus resultados.

No sugerimos que no se desarrollen nuevas vacunas y otras soluciones científicas para algunos temas de desarrollo muy graves. Por supuesto que debemos hacerlo; son de importancia vital. Pero esas "soluciones" sólo funcionarán si se combinan con procesos de movilización social. Por ello, en las propuestas que hicimos al inicio de este texto se habla de aportar fondos paralelos, no de fondos de reemplazo.

Estos principios de cambio centrados en los movimientos sociales tienden a ser menospreciados en el campo del desarrollo internacional, sobre todo por quienes toman las decisiones de alto nivel. Ellos suelen buscar la respuesta más sencilla y de bajo costo, globalmente aplicable, fácil de administrar y de alta eficacia comprobada. Consideran que hablar de las personas, el cambio, los movimientos, las normas, las comunidades, el diálogo, el debate, la participación y otros conceptos similares es inútil, falto de rigor e imposible de evaluar. Yo los retaría a decir eso frente a los líderes de los movimientos sociales que han producido cambios tan importantes en nuestras vidas. "Oiga, Martin Luther, Tè Kooti, Mahatma, Germaine... (ponga aquí el nombre de su propio líder social favorito)... esto nunca va a funcionar...". ¡Bah! (como dirían los adolescentes).

Otra respuesta a por qué los principios de los movimientos sociales no son prioridades de financiamiento y apoyo en el desarrollo internacional es que los temas de desarrollo internacional son problemas técnicos que requieren soluciones técnicas. Si en algún campo esta perspectiva es más fuerte es en el de la salud. A eso yo respondo: el VIH/SIDA, el norte de la India, el norte de Nigeria y el tabaco.

El VIH/SIDA está bien documentado. Los países/comunidades con los niveles más altos de liderazgo interno, debate público, diálogo privado, acción local espontánea y cuestionamiento local de las prácticas sociales y prejuicios existentes son los que mejor lo han hecho: las comunidades homosexuales, Uganda, Tailandia, etc. Los elementos L, V y A (véanse los párrafos anteriores) están presentes allí y en grandes cantidades. Sin la campaña *Treatment Action Campaign* no se habría avanzado en la reducción sustancial de los costos de tratamiento. Y sin la red y movimiento *People Living with AIDS* sería mucho menor el desarrollo de vacunas (ya que muchas farmacéuticas lo abandonaron hace mucho tiempo). L, V y A por montones.

Una perspectiva negativa de la misma idea es la que ocurre actualmente con la salud infantil en el norte de la India y de Nigeria. Tenemos muchas de las respuestas técnicas en materia de salud infantil. Hay intervenciones altamente eficaces, sencillas, de bajo costo y comprobables, entre las cuales la más admirada es la inmunización. ¿Caso cerrado? No. El tema no es tan sencillo. Los índices de inmunización están bajando en muchos lugares del mundo. En el norte de la India y el norte de Nigeria caen vertiginosamente, con posibles consecuencias desastrosas para la salud infantil. ¿Por qué? Porque la respuesta científica ha chocado con un movimiento popular. Los forasteros pueden aducir que esta gente está mal informada, equivocada, mal aconsejada o cualquier otra descripción. Pero la gente local está construyendo liderazgo local [L], haciendo oír su voz [V], enfocando el debate y el diálogo desde su perspectiva y formulando su propia agenda [A], con lo cual están causando una grave caída en el índice de inmunización. Nosotros somos los únicos culpables. Les hemos dado una base muy débil a los programas de salud infantil por haber ignorado estos mismos principios al formularlos e implementarlos. Son cimientos que se rompen fácilmente cuando un grupo de personas dice "espera, creo que esas inmunizaciones están esterilizando a nuestras chicas y causando otras enfermedades". Son sentimientos que se hacen eco del clima social y político, y se propagan por más erróneo que sea lo que alegan. Sin duda, hay que desarrollar vacunas contra el SIDA y la malaria, pero no se puede esperar que funcionen por sí solas.

Finalmente (una expresión muy de moda en este tema), ¡pasemos al tabaco! En muchos países se han dado avances significativos en la reducción del consumo de tabaco. No se deben a las campañas contra el tabaco o los parches de nicotina. En la mayoría de los casos los cambios obedecen a una alianza muy libre de organizaciones pequeñas y grandes, muchas veces con distintas motivaciones, pero con la misma meta. En un grupo de coordinación para actividades contra el tabaco se puede encontrar a gente joven molesta por la forma como las empresas tabacaleras dirigen su *marketing* hacia ella, a pacientes de cáncer, bomberos y gente preocupada por los riesgos del tabaquismo pasivo, entre otros. Esta alianza informal, que funciona a manera de movimiento, ha movilizado la agenda contra el tabaco, pero no hacia un programa de acciones planificadas.

Esta perspectiva supone implicaciones importantes para quienes tenemos responsabilidades en el campo de ' comunicación. En un paradigma estratégico cuyos principios centrales son la asistencia técnica, una intervención específica y el financiamiento, la comunicación se reduce a una función auxiliar. Se les pide a los comunicadores que "vendan" la intervención (las inmunizaciones son buenas: hagan cola los miércoles), que promuevan la asistencia técnica (estas personas nos pueden ayudar a...) y recauden fondos (somos una gran organización). Estas tareas son importantes pero no aprovechan las verdaderas fuerzas que los comunicadores podemos aportar a una práctica más eficaz de desarrollo internacional. Imagínese (u observe en los lugares donde ocurre) el papel de la comunicación si un paradigma de movimiento social orienta el pensamiento estratégico. La comunicación es esencial para el liderazgo local (L), crucial para llevar los puntos de vista de los más afectados a los debates públicos y los foros de toma

de decisiones (V), e indispensable para crear y moldear agendas (A) localmente impulsadas. Así podría darse una comunicación verdadera y significativa.

Éstos son necesariamente un análisis y una explicación breves. Las texturas sutiles del desarrollo internacional requieren de una aproximación más profunda y equilibrada. Desde mi perspectiva, sería óptimo si pudiéramos cambiar de IS = T x I x F a grado de IS = nivel L x escala V x enfoque A. ¿Pero usted qué piensa? ¿Tiene sentido? ¿Es importante? ¿Está de acuerdo? ¿Cuál es su evaluación? ¿Qué propondría? ¿Cómo movilizamos estas agendas?

Feek, Warren (2005). "Power of Movement" en el sitio web de *The Communication Initiative*, 12 de enero. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Ensanchando las fronteras teóricas de la comunicación para el cambio social: de Freire y Habermas a la multiplicidad

Alejandro Barranquero

ntroducción

Pese a su centralidad en el escenario de la comunicación para el desarrollo, no existe ningún compendio que compare con extensión la aportación al "campo" (Bourdieu) del pedagogo Paulo Freire y del filósofo alemán Jürgen Habermas, a excepción de algunos apuntes en el libro colectivo de Richards, Thomas y Nain (2001), sobre la obra del brasileño, y otros escritos que, indirectamente, ayudan a vincular ambas trayectorias intelectuales (Servaes 1999; Mayo y Servaes 1994; White, Nair y Ascroft, 1994).

La comparativa más interesante proviene, sin embargo, del ámbito de la pedagogía y la sociología de la educación. Raymond Morrow y Carlos Alberto Torres (2002), con una larga trayectoria en investigación y divulgación de la teoría social crítica, proponen un acercamiento desde la perspectiva "posfundacionalismo emancipatorio", etiqueta que expresa, según ellos, la respuesta metateórica más articulada al desafío del posmodernismo y posestructuralismo, basada en la capacidad dialéctica de

la comunicación para generar conocimiento y cambio social.

Divergencias y continuidades

Las obras de Freire y Habermas se circunscriben en un continuo teórico muy prolífico en torno a la alteridad, la praxis y el cambio social. Pese a que sus puntos de partida son distintos, es fácil trazar entre ellos líneas de complementariedad y convergencia.

Antes de abordar el análisis de las principales conjunciones conviene detenerse, sin embargo, en algunas de las diferencias más significativas:

1. La bibliografía última de comunicación y desarrollo concede un lugar central al pensamiento de Paulo Freire y Jürgen Habermas como núcleos conductores del "paradigma participativo". Sin embargo, sus acento intereses en torno al fenómeno comunicativo son muy distintos. El brasileño contribuyó a desentrañar algunas de las principales razones ontológicas de la comunicación: su esencia política, educativa o su capacidad de generar cambio social positivo empleada de modo dialógico (Freire 1969, 1970). Su trascendencia viene determinada por su crítica al extensionismo/difusionismo, su concepción dialógica del desarrollo y la educación y sus vitales aportaciones metodológicas (Servaes 1999; Waisbord 2000; Huesca 1994, 1996, 2002; Dervin y Huesca 2001; Gumucio 2001; Thomas 1993). Por su parte, Jürgen Habermas no ha dejado ningún escrito específico sobre la cuestión, pese a que su modelo comunicativo busca, en última instancia, la transformación social (Habermas 1987, 1994). Sin embargo, su reflexión es sustancial para comprender el potencial universal emancipador de la comunicación a la hora de concebir nuevas estrategias de desarrollo basadas en algunas de las nociones que articulan su modelo: acción comunicativa, consenso, ética discursiva, esfera pública, etc. (Jacobson 2002, Jacobson y Servaes 1999, Servaes 1999).
2. Los contextos espacial y temporal y, en consecuencia, las inspiraciones de partida son muy diferentes. Jürgen Habermas emplea un esquema de análisis fundamentalmente sociológico, filosófico y lingüístico y su perspectiva es, en lo sustancial, occidental y "occidentalizante".[1] Los autores más citados en el marco teórico habermasiano provienen de la tradición europea, fundamentalmente, y norteamericana: lingüística y analítica (Wittgenstein, Austin, Searle), frankfurtiana (Adorno, Horkheimer) o los clásicos de la teoría de la acción social (Durkheim, Weber, Mead, Parsons), por citar sólo a algunos. Paulo Freire integra, en cambio, inspiraciones de Norte y Sur y su filiación es pedagógica y, en menor lugar, filosófica. Entre sus principales influencias se cuentan teóricos marxistas (el propio Marx y los frankfurtianos Fromm o Marcuse) o áreas como el estructuralismo, la lingüística, el existencialismo (Sartre, Jaspers), etc. A diferencia de Habermas, el brasileño recoge perspectivas no occidentales como las teorías de la dependencia y la teología de la liberación —ambas de procedencia latinoamericana—, así como el pensamiento de algunos de los líderes revolucionarios del momento (Machel, Senghor, Nyerere, etc.).
3. La finalidad última de las propuestas también aleja a ambos pensadores. La obra de Habermas, autor de la denominada "segunda generación" de la Escuela de Frankfurt, tiene como objetivo revitalizar el proyecto de crítica epistemológica y sociopolítica de los frankfurtianos desde una posición predominantemente teórica pero, orientada, en último término, a la praxis. Freire, por el contrario, se inspira en su propia vivencia personal y en los hallazgos de su práctica pedagógica en educación de adultos y popular.
4. La concepción del cambio social difiere también sustancialmente. Mientras que el "diálogo" en Freire, el motor fundamental del

cambio, nace de la contradicción dialéctica y el conflicto entre sujetos —a raíz del cual se genera conocimiento y se inauguran nuevos procesos "dialógicos"—, la concepción habermasiana se cierra en forma de "consensos dialógicos" o acuerdos temporales entre los actores del escenario comunicativo.

Pese a las divergencias, Freire y Habermas apuntan en muchos otros aspectos a objetos similares:

1. Ambas propuestas se inscriben en el ámbito contemporáneo de las "teorías dialógicas" (Flecha 2003),[2] que leen lo social desde el poder transformador de lo comunicativo, basadas en un concepto de comunicación horizontal, bilineal, en proceso y democrático.
2. El cambio social es el eje articulador de sus trayectorias intelectuales. Frente a la descripción aséptica propia del positivismo, Freire y Habermas se acercan a los postulados de la teoría crítica (negativa, dialéctica, histórica, etc.) y buscan performatividad y praxis: el pedagogo no reflexiona en el vacío, sino que contribuye a la alfabetización y emancipación de grupos de adultos. Habermas emprende una relectura del pensamiento occidental para plantear, en segundo término, propuestas operativas democráticas en el ámbito político, ético, jurídico, etc.
3. Los dos combinan construcciones teoréticas interdisciplinarias poco frecuentes, orientadas a superar las debilidades de cada perspectiva: Habermas trabaja, por ejemplo, desde el funcionalismo, el marxismo, la psicología o la lingüística; Freire, desde el existencialismo, la lingüística o el humanismo, etc. Los escritos de ambos pensadores suponen una trasgresión de los límites tradicionales entre disciplinas y hacen de intermediarios de conocimientos que, por lo general, permanecen encerrados en compartimentos estancos. Coinciden también en su particular relectura del primer marxismo y el neomarxismo menos ortodoxo. Y, en última instancia, tanto Freire como Habermas encajan con precisión en el carácter transdisciplinario, holístico, dialéctico y comparado de la investigación y acción en comunicación participativa para el desarrollo.
4. Ambos proponen un paradigma social "dualista", basado en la "intersubjetividad", que ayuda a superar las dicotomías sujeto/objeto; individuo/estructura, etc. Sus teorías rompen con la visión monocular tradicional de las ciencias sociales occidentales, sesgada, según Bhabha (1994), en su comprensión del individuo y la sociedad.[3]
5. Frecuentemente acusados de "utopismo", los autores se salvaguardan con un robusto armazón teórico y práctico. Las suyas son concepciones complejas, dinámicas y abiertas. Sus propuestas son susceptibles de ser modificadas en el tiempo mediante verificación o falsación (Popper), precisamente por su componente dialógico y dialéctico. Pese a que ambos pecan de cierto "normativismo", tanto Freire como Habermas contemplan, con mayor o menor acento, algunos de los obstáculos de la acción dialógica: relaciones de poder, autoridad, conflicto, estructuras y reproducción sociocultural, etc.[4]
6. El brasileño no atendió tan explícitamente a los medios de comunicación masivos como al proceso pedagógico de la comunicación humana y al uso de los medios populares como instrumentos educativos. Pero la amplitud de sus reflexiones puede extrapolarse a procesos masivos, grupales u organizacionales. Habermas tampoco se centra explícitamente en los medios de masas, sino en el proceso del lenguaje y la comunicación social. Pese a las diferencias, la perspectiva más localista del pedagogo y la explícitamente universalista del frankfurtiano, sus planteamientos inspiran por igual a (nuevos) movimientos sociales, "mediactivismo", organizaciones de izquierda y acciones integradas de desarrollo: localizadas, endógenas, "procesuales", culturalmente diversas, en red, etc.
7. La concepción y aplicación del cambio social de ambos autores ha recibido críticas en los últimos años por razones diversas. El alemán, por su visión "modernizadora" del desarrollo cultural (Escobar 1995) y por la dificultad de traslación práctica de algunas de sus propuestas teóricas. No obstante, la disciplina recién ha descubierto la riqueza de conducir la obra de Habermas al terreno de la praxis "participativa" (Gilder 1988, González 1989, Hamer 1998, Jacobson 2002, 2003). Tampoco la obra del brasileño fue siempre bien entendida. Entre los principales problemas de aplicación, Jan Servaes (1999) encuentra que Freire atiende más al diálogo grupal que a los medios masivos, que brinda poca atención al lenguaje y que concentra su discusión en las intenciones de las acciones comunicativas. Rosa María Alfaro (1998) también halla problemas en la utilización indiscriminada del método Freire. El "basismo populista", la "fetichización" de lo popular o la pérdida de un sentido macrosocial y político en las acciones locales de desarrollo —reducidas a su componente micro, aislado, alternativo— desvirtúan, según la autora, la esencia heterogénea del pedagogo. En cualquier caso, el carácter abierto de las propuestas invita, como señalamos, a la reestructuración constante, a fin de seguir validando ambos aparatos teóricos.

Hacia un modelo de comunicación Freire-Habermas

Desde su formulación, los planteamientos de Habermas y Freire han tenido una considerable resonancia en la conformación de nuevas estrategias sociales y, sobre todo, en la reactivación de un fructífero debate en el ámbito intelectual y científico.

En concreto, las principales aportaciones del brasileño a la construcción de la disciplina son las siguientes:

1. Freire inaugura la perspectiva "participativa" en la comunicación para el cambio social. Con su crítica al paradigma modernizador, imperante en su época, el pedagogo se suma a la conformación de las tesis del "imperialismo cultural" y de la "dependencia comunicativa", principales detonantes de la quiebra paradigmática.
2. Por otro lado, el brasileño ayuda a desentrañar la compleja red que vincula los procesos de comunicación al cambio social. Comparando los programas de desarrollo "extensionistas" con la educación "bancaria", observa que ambos están basados en una concepción de la comunicación similar —no dialógica y antidemocrática—, que limita su capacidad de transformación. Descubre además que la raíz del subdesarrollo y la pobreza reside en la comunicación y la cultura y no sólo en la base material, (infra)estructura, propia del análisis marxista ortodoxo o del "economicismo" imperante en los primeros programas de desarrollo. A decir de Freire, los problemas del mal denominado Tercer Mundo son, en buena parte, problemas de comunicación.
3. El pedagogo plantea nuevas categorías en las que fundamentar un modelo holístico de comunicación para el cambio social: diálogo y comunicación horizontal; acceso, participación y apropiación; conocimiento —(re)/(auto)conocimiento de la realidad—; diversidad y particularidad cultural; saber y comunicación popular; "otredad" —acción dirigida al "otro"—; praxis (acción-reflexión); "concientización" y emancipación; desarrollo endógeno; localización-proximidad; relación comunicación-educación, etc.
4. Su concepción de la praxis y sus aportaciones instrumentales son inspiración fundamental de las metodologías de investigación del desarrollo (Servaes 1999); de experiencias de comunicación alternativa y popular y para el diseño de estrategias culturales para el desarrollo: investigación-acción; investigación participativa; valoración rural rápida (*rapid rural appraisal*),

valoración participativa (*participatory appraisal*), etc.

Por otro lado, la teoría de la "acción comunicativa" y la de la "esfera pública", sin haber sido examinadas a fondo por la disciplina, legan contribuciones muy significativas, entre otras:[5]

1. Habermas fundamenta el cambio social positivo a través de la acción y razón comunicativas, una racionalidad que no tiene tanto que ver con el conocimiento, su adquisición o instrumentalidad como con el uso que hacen de él los sujetos capaces de lenguaje y acción. El alemán recomienda por ello orientar la razón al entendimiento (comunicativo), el único propicio para el desarrollo.
2. La teoría de la "esfera pública" demuestra que, junto a las relaciones de dominación, existen también espacios de espontaneidad social libres de interferencias estatales, regulaciones del mercado o de los poderosos medios de comunicación. Es en estas ágoras públicas donde se hace uso de una auténtica razón deliberativa y de donde surge la "opinión pública" en su fase informal, a través de todo tipo de organizaciones cívicas que intentan influir en la vida política. Gracias a estos espacios, la dominación, burocratización o "colonización del mundo de la vida" parecen estar entrando en crisis. En la nueva sociedad de la "información" se reactivan paralelamente mecanismos "dialógicos" libres de interferencias: estructuras en red, multiplicación de las formas de comunicación, etc. Lo dialógico actúa como contrapeso del potencial autoritario de los medios del sistema y es utilizado, cada día más, por los distintos movimientos de protesta. Tampoco debe desestimarse el sustrato emancipador de los propios medios masivos, siempre que sus acciones estén orientadas a fomentar la educación y capacidad política del ciudadano. En suma, reconstruir la "esfera pública" o procurar la connivencia entre sus diferentes componentes o "esferas" ayuda a repensar el papel de la sociedad civil en los movimientos de transformación o la importancia de recuperar o conformar espacios libres de expresión. Si el hombre dispone de capacidad de crear y reproducir el sistema, también la tiene para cambiarlo y cuenta con la comunicación como uno de los instrumentos fundamentales, dado su potencial performativo.
3. El alemán plantea nuevas categorías en las que fundamentar un nuevo modelo de comunicación para el desarrollo, algunas ya señaladas: razón y acción comunicativas; entendimiento, argumentación, consenso y pretensiones de validez; situación ideal de habla; esfera/s pública/s, etc.
4. La obra de Habermas contribuye a clarificar el debate sobre la escala en el trabajo en comunicación y desarrollo (Jacobson 2002, 2003; Jacobson y Storey 2004). Conceptos como el de "esferas públicas" o "acción comunicativa" sirven para desentrañar que el cambio social se puede concebir a varios niveles: macro, intermedio y micro.
5. Aunque la obra de Habermas es eminentemente teórica, algunos autores intentan construir aplicaciones para el análisis y evaluación del componente participativo de los procesos de comunicación social o para el diseño e implementación de programas de comunicación y desarrollo (Jacobson 2002, 2003).

Conclusiones

Pese a su complejidad, sintonizar, en lo venidero, la reflexión de Freire y Habermas, puede ayudar a consolidar el difícil estatuto epistemológico de la disciplina, seguir asentando su campo de actuación y metodología y, en último término, continuar avanzando hacia la "multiplicidad" (Servaes 1999) en las nuevas propuestas participativas.

Por lo general, la (re)construcción de un modelo a partir de ambos autores debe adaptar, en lo consecutivo, las siguientes estrategias:

1. Consolidar un aparato teórico firme renovando conceptos, teorías, modelos, paradigmas, enfoques, etc. e incorporando los últimos hallazgos y experiencias.
2. Valorar los intersticios epistémicos y avanzar hacia una creciente interdisciplinariedad.
3. (Re)inventar nuevos formatos, lenguajes, recombinaciones, etc. en el ámbito de la investigación y la metodología participativa.

Notas

1 Las comunidades académicas en las que se han gestado algunas de las rupturas más significativas en el ámbito de la comunicación para el desarrollo —Latinoamérica o Asia— no tienen proyección suficiente en contextos científicos dominantes como Europa o Estados Unidos. Para la revisión del pensamiento no occidental de comunicación, consultar los proyectos colectivos de Curran y Park (2000) o Atwood y McAnany (1986). Para ampliar los conceptos contemporáneos de "geopolíticas del conocimiento", "colonialidad del poder", etc., muy útiles para esta perspectiva, consultar los últimos trabajos de Walter Mignolo (2000), Aníbal Quijano (1999) o Catherine Walsh.

2 El término "dialógico" hace referencia a las acciones que tienen lugar por medio del diálogo y la argumentación entre varias personas o colectivos y cuyos resultados se aceptan como válidos para las mismas, en contraposición a la visión monológica, tan extendida en la práctica comunicativa, cuya validez viene determinada por el razonamiento individual aislado y una retroalimentación "reproductora" o ficticia.

3 Freire se insertaría, al igual que Habermas, en una fecunda "localización" (*location*) teórica, en el sentido que propone Homi K. Bhabha (1994): el "ser-entre", el "*in-between(ness)*" que supera las dicotomías propias del pensamiento occidental sin negarlas unilateralmente. El autor propone superar la dualidad, sin recaer en su pura negación, propia del posmodernismo o de cierto pensamiento oriental.

4 Los autores entienden también la comunicación como un área de conflicto y negociación simbólica, en la que se discuten identidades, relaciones sociales, etc. o se sostienen batallas por conseguir la "hegemonía" y en el que los mecanismos de reproducción son paralelos a los de resistencia y cambio.

5 La aportación habermasiana a la comunicación para el desarrollo es amplia, aunque aún no se ha dado la suficiente distancia histórica y teórica para evaluarla en toda su amplitud: incluso el mismo Habermas se ha retractado de algunos de sus presupuestos teóricos de partida. Las dimensiones de conceptos como el de "situación ideal de habla", "argumentación" o "esfera pública" ofrecen nuevas pistas para acometer una comunicación más equilibrada, horizontal, dialógica.

Bibliografía citada

Alfaro, Rosa María (1990). "Participación, ¿para qué? Un enfoque político de la participación en la comunicación popular" en *Diálogos de la Comunicación*, Nº 22.

Atwood, Rita y McAnany, Emile G. (eds.) (1986). *Communication and Latin American Society. Trends in Critical Research, 1960-1985*. Madis Wisconsin, University of Wisconsin Press.

Bhabha, Homi K. (1994). *The Location of Culture*. London, Routledge.

Dervin, Brenda y Huesca, Robert (2001). "The Participatory Communication for Development Narrative: An Examination of Meta-Theoretic Assumptions and their Impacts" en Jacobson, R. y Servaes, J. (eds.) *Theoretical Approaches to Participatory Communication*. Cresskill, New Jersey, Hampton Press.

Dervin, Brenda y Huesca, Robert (1994). "Theory and Practice in Latin American Alternative Communication Research" en *Journal of Communication*, 41.

Flecha, Ramón; Gómez, Jesús y Puigvert, Lidia (2001). *Teoría sociológica contemporánea*. Barcelona, Paidós.

Freire, Paulo (1969). *Pedagogía del oprimido*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Freire, Paulo (1970). *Extensión y Comunicación. La concientización en el medio rural*. Montevideo, Tierra Nueva.

Gilder, Eric (1988). "Communication for development and Habermas' Ideal Speech Situation" en *Media Development*, 35 (4).

Gumucio, Alfonso (2001). *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*. The Rockefeller Foundation.

Habermas, Jürgen (1994). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, Gili.

Habermas, Jürgen (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid, Taurus.

Hamer, John (1998). "The Sidama of Ethiopia and Rational Communication Action in Policy and Dispute Settlement" en *Anthropos*, 93.

Huesca, Robert (1994). "Tracing the History of Participatory Communication Approaches to Development: A Critical Appraisal" en Mayo, J. y Servaes, J. (eds.) *Approaches to Development Communication. An Orientation and Resource Kit*. Paris, UNESCO.

Huesca, Robert (1996). "From 'Naming the World' to 'Theorizing its Relationships: New Directions for Participatory Communication for Development" en *Media Development*, 2.

Huesca, Robert (2002). "Participatory Approaches to Communication for Development" en Gudykunst, B. y Mody, B. (eds.) *Handbook of International and Intercultural Communication*. Thousand Oaks, California, Sage Publications.

Jacobson, Thomas L. (2002). "Differentiating Kinds of Communication for Social Change". Presentado en la Conferencia Plenipotenciaria de la International Association of Media and Communication Research (IAMCR). Barcelona.

Jacobson, Thomas L. (2003). "Participatory Communication for Social Change: The Relevance of the Theory of Communicative Action" en Kal, P. (ed.) *Communication Yearbook*, 27.

Jacobson, Thomas L. y Storey, J. Douglas (2002). "Development Communication and Participation: Applying Habermas to a Case Study of Population Programs in Nepal" en *Communication Theory*, 14 (2).

Jacobson, Thomas L. y Servaes, Jan (eds.) (1999). *Theoretical Approaches to Participatory Communication*. Cresskill, Hampton Press.

Mignolo, Walter (2000). *Local Histories/Global Designs. Coloniality, Subaltern Knowledges and Border Thinking*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

Morrow, Raymond A. y Torres, Carlos Alberto (2002). *Reading Freire and Habermas: Critical Pedagogy and Transformative Change*. New York, Columbia University, Teacher's College Press.

Quijano, Aníbal (1999). "Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina" en Castro-Gómez, O.; Guardiola-Rivera y Millán de Benavides, C. (eds.) *Pensar (en) los intersticios. Teoría y práctica de la crítica poscolonial*. Santafé de Bogotá, Colección Pensar/Centro Editorial Javeriano.

Richards, Michael, Thomas, Pradip N. y Nain, Zaharom (eds.) (2001). *Communication and Development: The Freirean Connection*. New Jersey, Hampton Press Inc.

Servaes, Jan (1999). *One World, Multiple Cultures: A New Paradigm on Communication for Development*. Leuven, Acco.

Servaes, Jan (1996). "Introduction: Participatory Communication and Research in Development Settings" en Servaes, J.; Jacobson, T. L. y White, S. A. (eds.) *Participatory Communication for Social Change*. London, Sage Publications.

Thomas, Pradip N. (1993). "Communication and Development: Freirean Cultural Politics in a Post-Modern Era" en *PCR-Newsletter*, 1 (1).

Waisbord, Silvio (2000). *Family Tree of Theories, Methodologies and Strategies in Development Communication*. The Rockefeller Foundation.

White, Shirley A.; Nair, K. Sadanandan y Ascroft, Joseph (eds.) (1994). *Participatory Communication: Working for Change and Development*. New Delhi, Sage.

Barranquero, Alejandro (2006) "Ensanchando las fronteras teóricas de la comunicación para el cambio social: de Freire y Habermas a la multiplicidad" en *Communication for Social Change Anthology: Historical and Contemporary Readings*. New Jersey, CFSC Consortium.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DERECHO A LA COMUNICACIÓN

DOS

LECTURAS CONTEMPORÁNEAS

Extracto de

África y la autopista de la información: las mayorías silenciosas en busca de un sendero

Temas de investigación sobre comunicación local

Francis B. Nyamnjoh

Durante una conferencia del Consejo Africano de Enseñanza de la Comunicación (ACCE) sobre "Comunicación Tradicional/*Oramedia* y Desarrollo" celebrada en Nairobi en noviembre de 1995, se me pidió presentar una agenda de investigación para África en el área de la comunicación nativa o lo que el fallecido Frank Ugboajah llamaba *oramedia*. En un inicio parecía algo contradictorio que, en la era de la autopista de la información, los teóricos africanos establecieran una agenda de esa índole. Pero una reflexión más profunda muestra la importancia de centrar su atención precisamente en eso. Estos teóricos —que saben mejor que sus amigos y colegas de Occidente que millones de personas en África, incluidas las elites y los académicos, todavía no *conocen* una computadora y menos aún están en capacidad de pagar la conexión a un módem y un teléfono— no pueden permitirse pasar por alto una investigación orientada a una mejor toma de decisiones sobre cómo aprovechar al máximo los canales de comunicación locales, que siguen usando la mayoría de nuestras sociedades.

Mi argumento básico para proponer tal agenda de investigación es que los intentos de desarrollo que se han hecho en África durante más de 40 años al modo occidental y con la ayuda de los medios masivos no han tenido mucho éxito. Actualmente, se está tomando conciencia de que los métodos, la ciencia y la tecnología de Occidente, así como otras iniciativas de desarrollo de inspiración occidental han fracasado principalmente porque los expertos o agentes de desarrollo han emprendido el ejercicio con una actitud de "saber más", sin la paciencia suficiente para observar, registrar y comprender a quienes han querido ayudar, ni la modestia para darse cuenta de la importancia del conocimiento y de las actitudes locales hacia la consecución de los objetivos de desarrollo. Puesto que esta actitud arrogante de "nosotros sabemos más" ha predominado durante más de cuatro décadas, el potencial de las prácticas y los conocimientos originarios africanos ha permanecido prácticamente desaprovechado. Esta actitud ha tendido a obviar los sistemas de conocimiento que las comunidades locales han producido, reproducido e intercambiado durante varias décadas a través de sus propios canales de comunicación y que les han permitido vivir en mayor armonía con su entorno. Se podría sostener, sin temor a equivocarse, que los últimos 40 años habrían podido ser más gratificantes y menos negativos en sus resultados si se hubieran tomado medidas para integrar el conocimiento local con la ciencia y tecnología occidentales.

Las formas oriundas de comunicación, u *oramedia*, denotan medios que

> «están enraizados en la cultura nativa producida y consumida por los miembros de un grupo. Refuerzan los valores del grupo. Son características culturales visibles, a menudo estrictamente convencionales, mediante las cuales se mantienen y definen las relaciones sociales y una cosmovisión. Asumen muchas formas y tienen un alto contenido simbólico» (Ugboajah, 1985a). Se puede considerar que los *oramedia* son interpersonales y «grandes legitimadores», aunque sólo fuera porque «son sumamente distintivos y fidedignos, a diferencia de los medios electrónicos que pueden ser elitistas, omnipotentes, sucedáneos y urbanos» (Ugboajah 1985b).

La característica distintiva de los *oramedia* es su capacidad de hablarle al hombre común y corriente en su idioma y con sus modismos, y de tratar con problemas que le atañen directamente (Ugboajah, 1985a). Aunque los *oramedia* son los principales diseminadores de cultura en África, sostiene Ugboajah, muchos países africanos tienden a poner menos interés en el desarrollo cultural en sus programas; probablemente por eso sus medios han representado en gran medida al imperialismo cultural. Escribe:

> «La ausencia de énfasis en la orientación cultural se manifiesta visiblemente en las estaciones difusoras de diversos países africanos, donde la música tradicional se transmite fuera de los horarios estelares o se presenta sin consideración de un público multilingüe y multicultural o se clasifica como un tema de especialistas; no resulta interesante según la ética derivada de los conceptos occidentales de lo que vale la pena. Si se soslayan la cultura y sus instrumentos, la gente de las aldeas —el alma misma de la nación africana— se verá excluida del proceso de toma de decisiones. Se le debe permitir que vea y experimente los cambios como algo que la beneficiará en el marco de su propia cosmovisión» (Ugboajah, 1985a).

Las ideas, la información y los conocimientos se pueden transmitir eficazmente mediante las formas originarias de comunicación local, que se caracterizan por su simplicidad tecnológica e interacción directa. En este caso, la comunicación ocurre en un entorno nada artificial. Los gestos, el lenguaje corporal, la expresión facial, los símbolos y el folclore predominan en la comunicación local. La experiencia ha demostrado que las formas populares de comunicación pueden ser eficaces para disipar las supersticiones, percepciones arcaicas y actitudes no científicas que la gente ha heredado como parte de su tradición y que son difíciles de modificar si los beneficios del cambio no se logran demostrar. Quienes aplican los medios tradicionales utilizan una forma sutil de persuasión cuando recurren a las formas artísticas localmente aceptadas para presentar sus mensajes. Ningún otro medio de comunicación puede equipararse. Abundan los ejemplos del uso de grupos de danza, teatro, canto y similares para promover campañas contra males sociales (como el alcoholismo, las dotes excesivas, la discriminación contra la mujer, los tabúes obsoletos) o para lograr avances en materia de agricultura, salud, nutrición y bienestar familiar, reforma agraria, integración y unidad nacional, entre otras metas. En otras partes del mundo, se ha experimentado con la combinación de canales nativos y medios masivos buscando un mejor efecto. Pero en África la tendencia sigue siendo que los periodistas profesionales, los políticos e incluso los investigadores pasen por alto los canales originarios de comunicación y se concentren predominantemente en los medios masivos como vehículos para difundir noticias, datos, ideas e información en general.

Con la llegada de los medios masivos como "multiplicadores mágicos" y sus tecnologías sofisticadas, se profetizaba en todo lado que se aniquilarían completamente las formas originarias de comunicación. ¿Podemos sostener que estas formas han perdido su importancia y validez? Quizás en Occidente, pero definitivamente no en África, donde los medios modernos están limitados a algunos cuantos privilegiados. Las formas originarias de comunicación han perdido muy poco de su validez e importancia, pese a sus evidentes limitaciones. El crecimiento de las redes de comunicación, al igual que los cambios en otras áreas de la sociedad, es generalmente acumulativo, ya que cada forma nueva optimiza pero no reemplaza completamente a las más antiguas. Esto implica necesariamente que sólo podemos apreciar el potencial de las nuevas tecnologías de comunicación si las usamos conjuntamente con las formas tradicionales. La comunicación originaria es aún más pertinente ahora, no sólo por los efectos de despersonalización de la tecnología moderna, sino también por su inaccesibilidad física y económica

para la mayor parte de africanos. Esto, aunado al aislamiento, a la escala reducida y al analfabetismo persistente en la mayoría de nuestras comunidades, ha fomentado la supervivencia de las formas tradicionales como los medios más comunes, si no los únicos, de transmitir información. La mayoría de la gente en África, especialmente los habitantes rurales, que representan hasta 60 ó 70 por ciento de la población del continente, continúan enviando, recibiendo y aceptando mensajes a través de los canales originarios de comunicación.

En la radio y teledifusión, por ejemplo, los intentos de adaptación de las nuevas tecnologías de comunicación en África hasta el momento no han supuesto más que la mera adición de algunos programas "tradicionales" a una plétora de otros, concebidos y producidos conforme a la misma "cultura mediática universal" que se origina, bien se sabe, exclusivamente en las experiencias de los profesionales y las instituciones de medios occidentales. La comunicación popular, como sostiene White (1980), no consiste en una simple incorporación de «muchos elementos de la cultura originaria», sino sobre todo en «un intento por establecer canales de comunicación independientes de la jerarquía de los intermediarios». Como sistema de comunicación alternativo, la comunicación popular tiene la ventaja de ser administrada por la población marginada, de ser horizontal, descentralizada a todo nivel, participativa y libre de la dominación de fuerzas tanto externas como internas.

La necesidad de revalorizar las formas locales de comunicación es hoy mayor que nunca. Cuarenta años de "independencia" han significado 40 años de exclusión o marginación para todos, excepto para los pocos occidentalizados en África. Si las formas nativas de comunicación han sobrevivido e incluso prosperado, ha sido principalmente gracias al monopolio que los gobiernos o los pocos occidentalizados ejercen sobre los canales masivos convencionales, oficiales o legales, y a las restricciones impuestas a las fuentes alternativas de información (por ejemplo a las publicaciones, la investigación y la prensa privadas) que critican a los poderosos. Esto significa que, desde la independencia, la mayoría de los africanos, principalmente rurales, no han tenido un acceso significativo a los medios masivos; la radio, la televisión y los medios impresos han sido libres y accesibles sólo en principio. Los gobiernos han considerado, y siguen considerando, que la información es un arma demasiado poderosa como para hacerla accesible a las masas impotentes. Siendo ése el razonamiento, si la población sabe más de lo que es necesario para mantenerla en gran medida ignorante de las acciones y la doble moral del gobierno, podría volverse demasiado crítica y peligrosa. Quienes detentan el poder consideran que su permanencia en él depende de la ignorancia pública de sus desaciertos. La idea siempre ha sido no presentarle los hechos a la población, sino sólo las opciones oficiales, para que no pueda ni deba jamás pensar por sí misma. Es difícil convencer a cierta corriente de opinión de que la radio y la televisión no son accesibles en África, pese a su disponibilidad. Esta corriente de opinión confunde el potencial de comunicación masiva de los medios electrónicos con accesibilidad. Lo que la mayoría de los países africanos tienen como medios de radio o teledifusión no significan absolutamente nada en cuanto a idioma y contenido para el grueso de la población, que es rural o analfabeta y no conoce ninguno de los idiomas occidentales que dominan las transmisiones. El mismo argumento es aplicable a la prensa. El término "medios masivos" es, por lo tanto, inapropiado, ya que el criterio de accesibilidad y participación de estos medios, limitados en cuanto a idioma y contenido, es el conocimiento de los idiomas occidentales, un privilegio demasiado remoto para los analfabetos tanto rurales como urbanos.

Por lo tanto, el analfabetismo y los idiomas hegemónicos de la minoría culta han hecho que, desde hace 40 años o más, los medios masivos en el continente sean sumamente inaccesibles para la mayoría, en gran parte rural. Se trata de un caso de desnutrición crónica de información. Así de alejadas de la "aldea global" de McLuhan como periféricas respecto de las actividades centralizadas de sus propios gobiernos son las masas rurales de África. Esto las deja expuestas a la manipulación de las fuerzas de la elite en el poder, sean reaccionarias o revolucionarias. Las elites cultas, con pretensiones contrapuestas, hacen todo tipo de declaraciones en su nombre. Rara vez se les invita a defender sus intereses o presentar sus puntos de vista sobre los asuntos nacionales. Los medios masivos convencionales las desestiman permanentemente, dejándoles el rumor y sus formas de comunicación como única fuente de información. Su «principal canal de intercambio» sobre los asuntos locales y nacionales es, como señala Wete (1986) respecto de los pobladores cameruneses, «las reuniones familiares y de grandes grupos emparentados, personas dedicadas al cultivo y el pastoreo, grupos religiosos y las numerosas asociaciones tradicionales y voluntarias» a los que en su mayoría pertenecen. Estas reuniones se suplementan con intercambios durante «los encuentros en los mercados, con comerciantes itinerantes en clubes culturales, en los pozos y puntos de agua y con los niños que regresan a casa de la escuela».

Con la mayoría analfabeta y semianalfabeta así excluida, sólo la pequeña minoría culta se ha beneficiado de la radio, la televisión y la prensa en la mayor parte de lugares de África. Ha sido una carretera de la información (ni siquiera una autopista) demasiado exclusiva como para ser trascendente para la mayoría de los africanos.

La razón por la cual nosotros, como investigadores de la comunicación, debemos intensificar la investigación sobre los medios de comunicación originarios es, por lo tanto, simple: si el gobierno en la ciudad y la minoría occidentalizada niegan el acceso a los medios masivos a la mayoría analfabeta y rural, los investigadores deben hacer un esfuerzo por educarse respecto de los modos, técnicas, comprensión y cosmovisión de esta mayoría silenciosa si pretenden imponerse e imponer su agenda más eficazmente. Por otro lado, quienes se interesan en trabajar a nivel comunitario necesitan comprender mejor las culturas y los simbolismos locales para interactuar con los pobladores.

No podemos hablar seriamente sobre los *oramedia* si casi no han sido investigados. Por investigación, entiendo el cuestionamiento crítico de ciertos supuestos básicos que tienden a reforzar determinados valores y posturas, en detrimento de otros. En nuestra búsqueda de un sistema alternativo de comunicación que atienda los intereses de los sectores oprimidos de la sociedad a través del «diálogo y la creatividad generalizada» (Reyes Matta 1986), necesitamos estudiar el alcance y el impacto actual de los sistemas nativos de comunicación que anteceden a la llegada de los medios masivos a los países africanos. Mediante un planteamiento multidisciplinario, la investigación debería poder guiarnos respecto de qué medio utilizar y con qué fines. De allí la agenda siguiente:

Se necesita preparar inventarios de las prácticas originarias de comunicación y señalar su impacto en proyectos de desarrollo pasados y presentes, o qué puede hacerse para que se lo sienta en programas de desarrollo futuros. ¿Qué papel ha desempeñado la comunicación popular en programas de desarrollo pasados? ¿Con qué efecto? ¿De qué manera se podría integrar o podría servir mejor en iniciativas de desarrollo futuras? ¿Cómo se puede utilizarla para resolver las dificultades actuales del desarrollo en África? ¿Qué papel podrían desempeñar los canales de comunicación originarios en el desarrollo sostenible? En otras palabras, necesitamos documentar las virtudes de la comunicación tradicional en África.

Asimismo, necesitamos investigar formas alternativas de comunicación no necesariamente locales, que han sido desarrolladas o inventadas para afrontar la inaccesibilidad de las masas o de ciertos sectores de las mismas a las nuevas tecnologías de comunicación, por ejemplo los rumores o las que se gestan en las tabernas de cerveza, mercados, peluquerías, festivales, el fútbol, las asociaciones de ahorro rotativo (microcrédito local), iglesias, clínicas, escuelas, etc. También vale la pena estudiar los niveles de comu-

Sociedad de la información y derecho a la comunicación

nicación más cercanos a las comunidades africanas con fines de elaboración teórica.

Necesitamos identificar a los investigadores de la comunicación originaria, especialmente de otras disciplinas, como la literatura y el teatro africanos, orales o escritos. No se puede sobredimensionar la importancia del folclore y la literatura oral. La necesidad de investigar y documentar más nuestros relatos orales, rituales, mitos, leyendas, proverbios y canciones es bastante apremiante, ya que las creencias populares, estereotipos y escenificaciones verbales y demás formas de arte oral siguen siendo la raíz de la literatura africana. Aunque no existe controversia sobre el origen de la literatura africana en las representaciones folclóricas, la distinción entre las escenificaciones dramáticas de festival y el teatro, tal como se lo conoce en otros lugares, se debe resaltar. Es necesario alentar esa investigación en los objetivos de las presentaciones orales locales.

El creciente interés mundial en los idiomas vernáculos o nativos también llama a una mayor investigación sobre la forma en que los medios modernos podrían utilizar los idiomas y la literatura oral locales. La idea es estudiar el mejor modo de fomentar los sistemas alternativos de valores para contrarrestar el sistema de valores occidental que se presenta como universal. Las culturas nativas en general se deben estudiar e investigar para establecer si el uso de la comunicación popular puede limitar las amenazas de asfixia cultural de las comunidades africanas que supone el proceso de sincronización cultural con la gigantesca aplanadora de Occidente.

Necesitamos reunir literatura pertinente sobre la comunicación nativa en diversas regiones de cada país con miras a contribuir a la creación de bases de datos nacionales sobre la comunicación como intercambio de experiencias. Además, debemos tratar de identificar las técnicas más apropiadas para observar, registrar y recuperar aquellas de la comunicación popular. Saber el valor (beneficio) económico, cultural y social de las formas tradicionales de comunicación es importante, y es necesario recopilar los estudios que demuestren estos beneficios. Debemos establecer los criterios para evaluar la comunicación originaria, determinar cómo garantizar mejor su transmisión y explorar sus diversos métodos. También necesitamos investigar cómo se podrían elaborar lineamientos para presentarla de manera convincente a los encargados de formular políticas, los profesionales del desarrollo, las entidades donantes y las instituciones universitarias. Si investigamos formas precisas, podríamos compeler a los gobiernos a desarrollar políticas de comunicación que reconozcan y fomenten su uso. Una investigación de las políticas nacionales de educación podría ofrecer lineamientos para la introducción juiciosa de la comunicación nativa en los diversos planes educativos en África. Además, debemos estar en capacidad de diseñar programas y cursos, y preparar manuales de capacitación en la materia para los investigadores y profesionales del desarrollo.

Debemos investigar los temas de la mujer, género y comunicación nativa y establecer cómo se podría presentar imágenes más positivas de la mujer a través de los medios tradicionales. ¿Cuál es el papel de esta comunicación en el empoderamiento y la emancipación de las mujeres y en la consecución de un desarrollo con mayor equilibrio de género? ¿Han desarrollado las mujeres habilidades especiales de comunicación que la sociedad en su conjunto podría aprovechar? Quizá deberíamos estudiar la comunicación en las asociaciones y movimientos de mujeres para contestar estas preguntas.

Una investigación de la conciencia y apreciación de los medios sería muy instructiva. ¿Cómo diferencian los pobladores los sistemas modernos de comunicación de los sistemas originarios de comunicación y cómo los priorizan? ¿Cuáles son las actitudes predominantes hacia ambos? ¿A qué se podrían deber? ¿Qué canales de comunicación prefieren las audiencias rurales y urbanas? ¿O los diferentes segmentos de esas audiencias? También necesitamos conocer los diversos mecanismos mediante los cuales los pobladores rurales y urbanos pudieran tener acceso a los hallazgos de nuestra investigación respecto de ellos y de los usos que hacen de los medios sin que tengan que ir a una biblioteca.

Es necesario investigar las condiciones previas y las particularidades de cada entorno para asegurar una combinación eficaz de comunicación nativa y medios modernos para fines de desarrollo sociocultural. En otras palabras, debemos investigar los vínculos entre ambos tipos de medios en términos de su influencia recíproca o apoyo complementario. Por ejemplo, ¿cómo han abordado los encargados de formular políticas y los profesionales de la comunicación la coexistencia de estas dos formas de comunicación en los distintos países? ¿Qué usos se ha dado o se está dando a las formas nativas en las producciones modernas de los medios masivos? ¿Con qué efectos? ¿Cuál es el impacto de las nuevas circunstancias que restringen la comunicación popular y cuánta elasticidad y adaptabilidad muestra bajo presión? ¿Qué posibilidades hay de adaptarla a las tecnologías modernas y posmodernas? Debemos comprender los mecanismos para mantener, adaptar o perfeccionar las formas nativas de comunicación y determinar su papel en el contexto de los actuales avances tecnológicos mundiales en materia de comunicación. ¿Cómo entraría África a la autopista de la información?

Por último, debemos comprender y dar cuenta de los determinantes culturales y las variaciones en la comunicación no verbal como un aspecto de la comunicación nativa. Por ejemplo, ¿cómo se abordan los encuentros entre personas de distintas culturas? ¿Cómo tratan las personas de presentarse a sí mismas? ¿Qué reglas rigen las relaciones interpersonales y cómo se establecen? ¿Qué sabemos sobre las reglas que rigen la conversación o el discurso entre culturas diferentes? ¿Cuáles son las consideraciones éticas o los aspectos normativos de la comunicación popular? Entender estos mecanismos aumentaría nuestra comprensión de los factores que inciden en la erosión de las tradiciones africanas.

Conclusión

África se encuentra actualmente al margen de la autopista de la información y seguirá, por muchos años, dependiendo de los canales nativos de comunicación para llegar a la mayoría de su población. Aunque esta agenda de investigación reconoce la importancia de los *oramedia* en el continente, definitivamente no se trata de alentar el aislacionismo ni idealizar una herencia cultural, sino más bien de determinar cuál sería la mejor manera de integrar las nuevas tecnologías de información con los sistemas originarios de comunicación africanos para un desarrollo más sostenible cuyos beneficios sean sentidos por las mayorías marginadas y silenciosas.

Bibliografía citada

Nyamnjoh, F. B. (1995). *The Disillusioned African*. Limbe, Cameroon, Nooremac Press.

Reyes Matta, F. (1986), "Alternative Communication: Solidarity and Development in the Face of Transnational Expansion" en R. Atwood & E.G. McAnany (eds.) *Communication & Latin American Society: Trends in Critical Research 1960-1985*. Wisconsin, The University of Wisconsin Press.

Ugboajah, F. O. (1985a). "*Oramedia* in Africa" en Ugboajah, F. O. (ed.) *Mass Communication, Culture and Society in West Africa*. London, Hans Zell Pub.

Ugboajah, F. O. (1985b). "Mobilising African Resources for National Communication Strategies" en *Media Development*, 32 (4).

Wete, F. N. (1986). "Development Journalism: Philosophy and Practice in Cameroon". Tesis doctoral. Columbia, University of Missouri.

White, R. A. (White). "*Comunicación Popular*: Language of Liberation" en *Media Development*, 27 (3).

Nyamnjoh, Francis (1996). "Africa and the Information Superhighway: Silent Majorities in Search of a Footpath" en *Africa Media Review*, 10 (2). Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Tecnologías de la información, globalización y desarrollo social

Manuel Castells

El mundo se encuentra en medio de una transformación histórica a la puerta del nuevo milenio. Como todas las grandes transformaciones de la historia, es multidimensional: tecnológica, económica, cultural, política, geopolítica. Pero, finalmente, ¿qué significado real tiene este cambio extraordinario para el desarrollo social, para la vida de los pueblos y su bienestar? ¿Es ese significado compartido por todos o debemos diferenciar a la gente según su relación específica con el proceso de cambio social? De ser así, ¿cuáles son los criterios para tal diferenciación?

Hay un debate acalorado en el mundo respecto del historial confuso de la revolución de la tecnología de la información y de la globalización, especialmente si consideramos sus dimensiones sociales a escala planetaria. Como siempre sucede con un debate fundamental, generalmente se enmarca ideológicamente y es presentado en términos simplistas. Para los profetas de la tecnología, para quienes creen verdaderamente en la magia del mercado, todo saldrá bien, siempre y cuando se dejen libres al ingenio y la competencia. Todo lo que necesitamos son algunos ajustes normativos para evitar la corrupción y eliminar los impedimentos burocráticos que obstaculizan nuestro vuelo hacia la hipermodernidad. Para aquellos a los que no extasía navegar en el internet, pero que sí se ven afectados por los despidos, la falta de servicios sociales básicos, la delincuencia, la pobreza y el trastorno de sus vidas, la globalización no es sino una versión recalentada de la ideología capitalista tradicional. Para ellos las tecnologías de la información son herramientas de explotación renovada, destrucción de empleos, degradación ambiental e invasión de la privacidad.

Elites tecnológicas contra neoluditas

Claro que los temas de fondo no aparecen entremedio, sino en otro lugar. Hoy, el desarrollo social está determinado por la capacidad de establecer una interacción sinérgica entre la innovación tecnológica y los valores humanos, lo cual conduce a un conjunto nuevo de organizaciones e instituciones que crean bucles de retroalimentación positiva entre la productividad, la flexibilidad, la solidaridad, la seguridad, la participación y la rendición de cuentas, en un nuevo modelo de desarrollo que podría ser social y ambientalmente sostenible.

Es fácil concordar con estas metas, pero difícil formular las políticas y estrategias que podrían conducir a ellas. Parte de la controversia proviene, claro está, de intereses, valores y prioridades contrapuestos. Pero una fuente importante de la confusión actual en las políticas sociales y económicas es la ausencia de una comprensión común de los procesos de transformación en curso, de sus orígenes y sus implicancias. El presente trabajo se propone aclarar el significado de esta transformación, centrándose particularmente en los procesos considerados generalmente como sus detonantes: la revolución de la tecnología de la información y el proceso de globalización. Como veremos, en realidad estos dos procesos interactúan con otros en un conjunto muy complejo de acciones y reacciones; pero ofrecen un punto de entrada útil para discutir la conexión entre el nuevo sistema socioeconómico y la generación de inequidad y exclusión social a una escala planetaria sin precedentes.

Así, luego de caracterizar la innovación tecnológica, el cambio organizacional y la globalización, analizaré las distintas dimensiones de la inequidad y la exclusión social, demostrando la profundidad de nuestra crisis social, y propondré algunas hipótesis sobre las razones de su profundidad en la última década. Concluiré proponiendo una redefinición del campo del desarrollo social apropiada para abordar los temas que condicionan nuestra capacidad de vivir juntos en este nuevo contexto de la edad de la información.

Tecnologías de la información, globalización y desarrollo social

Al proseguir con este argumento, tengo en mente una variedad de datos de fuentes confiables que hacen que el análisis presentado aquí sea algo plausible. Sin embargo, me tomo la libertad de remitir al lector a mi obra anterior (Castells 1996, 1997, y 1998) para concentrarme aquí en la presentación esquemática (y la ampliación a profundidad) de mi argumento sin repetir la presentación de fuentes de datos (véase también la síntesis de datos sobre la pobreza mundial presentada en PNUD 1997).

El nuevo sistema socioeconómico: tecnologías de la información, redes de comunicación, globalización

En el último cuarto de este siglo ha surgido una nueva forma de organización socioeconómica. Después de la caída del estatismo en la Unión Soviética y en todo el mundo, es sin duda un sistema capitalista. De hecho, por primera vez en la historia, el mundo entero es capitalista, ya que incluso algunas de las pocas economías dirigidas que van quedando sobreviven o se desarrollan mediante sus enlaces con los mercados globales capitalistas. No obstante, éste es un capitalismo a la vez muy antiguo y fundamentalmente nuevo. Antiguo porque recurre a la competencia sin tregua en la búsqueda de lucro y porque la satisfacción individual (diferida o inmediata) constituye su aparato motor. Pero es fundamentalmente nuevo porque las herramientas que lo movilizan son las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que constituyen las raíces de las nuevas fuentes de productividad, de nuevas formas de organización y del montaje de una economía global. Examinemos brevemente el perfil de este mundo nuevo en el que estamos viviendo que, de hecho, todos los países comparten pese a su diversidad cultural e institucional.

Las tecnologías de la información y de la comunicación como herramienta estratégica

La tecnología de la información no es la causa de los cambios por los que estamos atravesando, pero sin las nuevas tecnologías de la información y la comunicación nada de lo que está modificando nuestras vidas sería posible. En la década de 1990, todo el planeta está organizado en torno a redes telecomunicadas de computadoras que residen en el centro de sistemas de información y procesos de comunicación. Toda la esfera de la actividad humana depende del poder de la información, en una secuencia de innovación tecnológica cuyo ritmo se acelera mes a mes. La ingeniería genética, beneficiándose de esta abundancia de capacidad de procesamiento de información, progresa a pasos agigantados y nos permite, por primera vez, descubrir los secretos de la materia viva y manipular la vida, con posibles consecuencias extraordinarias. El desarrollo de *software* está haciendo posible la computación fácil de usar, para que millones de niños —si se les brinda la educación apropiada— puedan progresar en su conocimiento y su habilidad para crear riqueza y disfrutarla en forma sensata más rápidamente que cualquier otra generación anterior. El internet, hoy utilizado por unos 100 millones de personas, una cifra que se duplica cada año, es un canal de comunicación universal en el que intereses y valores de todo tipo coexisten en una cacofonía creativa. Ciertamente, la difusión de las tecnologías de la información y la comunicación es sumamente dispareja. Se está dejando a la mayor parte de África en un *apartheid* tecnológico y lo mismo podría decirse de muchas otras regiones del mundo. La situación es

difícil de remediar cuando un tercio de la población mundial todavía tiene que sobrevivir con ingresos equivalentes a un dólar por día.

La tecnología *per se* no resuelve los problemas sociales, pero la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación son un prerrequisito para el desarrollo económico y social en nuestro mundo. Son el equivalente funcional de la electricidad en la era industrial. Los estudios econométricos muestran la estrecha relación estadística entre la difusión de las tecnologías de la información, la productividad y la competitividad de países, regiones, industrias y empresas (Dosi y otros 1988). También muestran que un nivel adecuado de educación, en general, y de educación técnica, en particular, es fundamental para el diseño y el uso productivo de nuevas tecnologías (Foray y Freeman 1992). Pero ni la abundancia de científicos e ingenieros ni la adquisición de tecnología avanzada pueden ser un factor de desarrollo por sí mismos (ninguno de los dos bastó para la Unión Soviética; véase Castells y Kiselyova 1995) sin un entorno organizacional apropiado.

El papel crucial de las tecnologías de la información y la comunicación en el estímulo del desarrollo es un arma de doble filo. Por un lado, permite que los países salten etapas de crecimiento económico pues pueden modernizar sus sistemas de producción y aumentar su competitividad más rápidamente que en el pasado. El ejemplo más ilustrativo es el de las economías del Pacífico asiático, particularmente Hong Kong, Taiwán, Singapur, Malasia y Corea del Sur. Esto ha ocurrido pese a la crisis financiera actual, que no guarda relación con el desempeño competitivo y podría atribuirse, más bien, al atractivo del auge de las economías asiáticas para los flujos de capital mundiales. Por otro lado, en el caso de las economías que no pueden adaptarse al nuevo sistema tecnológico, su rezago se vuelve acumulativo. Más aún, la facultad de ingresar a la era de la información depende de la capacidad de que toda la sociedad reciba educación y de poder asimilar y procesar información compleja. Esto empieza por el sistema educativo, desde abajo hacia arriba, desde la escuela primaria hasta la universidad. También guarda relación con el proceso general de desarrollo cultural, que incluye el nivel de alfabetización funcional, el contenido de los medios y la difusión de información entre el conjunto de la población.

En este sentido, lo que está sucediendo es que las regiones y empresas que concentran los sistemas más avanzados de producción y gestión atraen a un número creciente de talentos a nivel mundial y dejan de lado a una porción considerable de su propia población cuyo nivel educativo y habilidades culturales/técnicas no cumplen con los requisitos del nuevo sistema de producción. Un ejemplo claro es Silicon Valley, la región productora de las tecnologías de información más avanzadas del mundo, que sólo puede mantener el ritmo de la innovación si recluta anualmente a miles de ingenieros y científicos de la India, China, Taiwán, Singapur, Corea, Israel, Rusia y Europa Occidental para empleos que los estadounidenses no pueden ocupar porque no tienen las destrezas apropiadas (Benner, 2002). Asimismo, en Bangalore, Mumbai, Seúl o Campinas, los ingenieros y científicos se concentran en centros de alta tecnología conectados a los Silicon Valleys del mundo, mientras en todos los países la mayor parte de la población continúa desempeñando trabajos de bajo nivel y baja capacitación, si ha tenido la suerte de siquiera tener un empleo (Carnoy 1999). Por lo tanto, un país o una región tienen poca probabilidad de desarrollarse en la nueva economía si no se incorpora al sistema tecnológico de la era de la información. Aunque esto no supone necesariamente producir localmente *hardware*, sí implica estar en capacidad de usar las tecnologías avanzadas de información y comunicación, lo cual a su vez exige una reorganización total de la sociedad (Castells y d'Andrea Tyson 1988, 1989).

Un proceso similar afecta las oportunidades de vida de los individuos. No todos deben ser programadores informáticos o analistas financieros, pero sólo aquellos con suficiente educación para reprogramarse a lo largo de la trayectoria cambiante de su vida profesional podrán cosechar los beneficios de la nueva productividad. ¿Y qué pasa con los otros? Depende de la organización social, de las estrategias de las empresas y de las políticas públicas. Pero libradas a las fuerzas del mercado, hay una tendencia innegable a una estructura social polarizada entre países y al interior de ellos, como demostraré más adelante.

En suma, las tecnologías de la información y la comunicación son las herramientas esenciales para el desarrollo económico y el bienestar material en nuestra época; condicionan el poder, el conocimiento y la creatividad; están, por el momento, distribuidas disparejamente al interior de los países y entre países; y, exigen, para la realización plena de su valor de desarrollo, un sistema interrelacionado de organizaciones flexibles e instituciones orientadas a la información. En resumidas cuentas, el desarrollo cultural y educacional condiciona el desarrollo tecnológico, que determina el desarrollo social, y esto estimula a su vez el desarrollo cultural y educacional. Éste puede ser un círculo virtuoso de desarrollo o una espiral descendente del subdesarrollo. Y la dirección del proceso no estará decidida por la tecnología sino por la sociedad a través de su dinámica conflictiva.

La globalización

Hay tanta ideología en torno a este concepto y sus implicancias, que es fundamental caracterizar a la globalización con precisión y luego determinar su alcance y evolución en términos empíricos (véase Hirst y Thompson 1996). Aunque la globalización es multidimensional, se la puede entender mejor si se empieza por su dimensión económica. Una economía global es una economía cuyas actividades fundamentales funcionan como una unidad en tiempo real a escala planetaria. Así, los mercados de capital están interconectados mundialmente, de modo que los ahorros y las inversiones en todos los países —aun si la mayoría no cuentan con inversiones globales— dependen para su desempeño de la evolución y el comportamiento de los mercados financieros mundiales.

A principios de la década de 1990, las empresas multinacionales empleaban directamente a "sólo" unos 70 millones de trabajadores, pero estos trabajadores producían un tercio de la producción privada total del mundo. En 1992, el valor global de sus ventas fue de US$ 5.500.000 millones, lo que equivalía a 25 por ciento más que el valor total del comercio mundial en ese año (Bailey y otros 1993). Por lo tanto, las empresas multinacionales en los sectores manufacturero, de servicios y financiero, con sus redes subsidiarias de pequeñas y medianas empresas, constituyen el núcleo de la economía mundial.

Más aún, el nivel más alto de la ciencia y la tecnología, el que moldea y rige todo el desarrollo tecnológico, está concentrado en algunas docenas de centros de investigación y entornos de innovación en el mundo, predominantemente en Estados Unidos, Europa Occidental y Japón. Los ingenieros rusos, indios y chinos, generalmente de muy alta calidad, cuando alcanzan un cierto nivel de desarrollo científico sólo pueden proseguir con su investigación si se vinculan a estos centros. Así, las personas más capacitadas también están cada vez más globalizadas, y son contratadas en todo el mundo, cuando las empresas y los gobiernos realmente requieren de ese talento y están dispuestos a pagar por él.

Al mismo tiempo, la gran mayoría de los empleos y, por lo tanto, de las personas, no son mundiales. De hecho, son locales y regionales. Pero el destino, los empleos, el nivel de vida de la gente dependen en última instancia del sector globalizado de la economía nacional o de la conexión directa de sus unidades económicas con las redes mundiales de capital, producción y comercio. Esta economía global es históricamente nueva, por la simple razón de que sólo en las últimas dos décadas hemos producido la infraestructura tecnológica necesaria para que funcione como una unidad a escala planetaria: teleco-

municaciones, sistemas de información, fabricación y procesamiento microelectrónicos, transporte aéreo basado en la información, transporte de carga en contenedores y servicios comerciales internacionales situados alrededor del mundo.

Sin embargo, aunque la nueva economía mundial se extiende para abarcar todo el planeta y si bien toda la gente y todos los territorios se ven afectados por sus operaciones, no todas las personas ni todos los lugares están directamente incluidos en ella. En realidad, la mayoría de las personas y de los territorios están excluidos, desconectados, ya sea como productores, consumidores o ambos. La flexibilidad de esta economía global permite que el sistema entero vincule todo lo que es de valor según los valores e intereses dominantes mientras desconecta todo aquello que no lo es o que se desvaloriza. Esta capacidad simultánea de incluir y excluir a personas, territorios y actividades es lo que caracteriza a la nueva economía global tal como se ha constituido en la era de la información.

Procesos similares de globalización selectiva y segmentada determinan otras dimensiones instrumentales cruciales de nuestra sociedad, tales como los medios, la ciencia, la cultura y la información en general.

La globalización y la liberalización no eliminan al Estado-nación, pero redefinen fundamentalmente su papel y afectan su funcionamiento. Los bancos centrales (incluido el nuevo Banco Central Europeo) no pueden realmente controlar las tendencias de los flujos mundiales en los mercados financieros. Estos mercados no siempre están modelados según reglas económicas, sino según turbulencias de diversos orígenes en la información. Los gobiernos nacionales, a fin de mantener alguna capacidad de administrar los flujos mundiales de capital e información, se unen y crean o adaptan instituciones supranacionales (tales como el Fondo Monetario Internacional-FMI, la Unión Europea-UE, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte-TLCAN y otras agencias regionales de cooperación), a las cuales ceden gran parte de su soberanía. Así sobreviven, pero bajo una nueva forma de Estado que vincula las instituciones supranacionales, los Estados nacionales, los gobiernos regionales y locales e incluso las ONG, en una red de interacción y toma compartida de decisiones que se convierte en la forma política imperante de la era de la información: el Estado en red.

En suma, la globalización es una realidad histórica nueva, no simplemente la inventada por la ideología neoliberal para convencer a los ciudadanos de que entreguen sus mercados, sino también la inscrita en procesos de competencia, innovación y reestructuración capitalista y reforzada mediante el poderoso medio de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Redes de comunicación

Ninguna transformación histórica importante ha ocurrido en la tecnología o en la economía sin una transformación organizacional interrelacionada. La gran fábrica dedicada a la producción masiva fue tan crucial para la constitución de la era industrial como el desarrollo y la difusión de nuevas fuentes de energía. En la era de la información, la forma crucial de organización es la conexión en red. Una red es simplemente un conjunto de nodos interconectados. Puede tener una jerarquía, pero no un centro. Las relaciones entre los nodos son asimétricas, pero todas son necesarias para el funcionamiento de la red, para la circulación de dinero, información, tecnología, imágenes, productos, servicios o personas por toda la red. El punto distintivo fundamental en esta lógica de organización es estar o no estar la red. Quienes lo están tienen la oportunidad de compartir y, con el tiempo, aumentar sus oportunidades. Quienes no lo están o se desconectan, verán desvanecerse sus oportunidades, ya que todo lo que cuenta está organizado en torno a una red mundial de redes interactuantes.

Las redes son la organización apropiada para la adaptación implacable y la flexibilidad extrema que exigen una economía mundial interconectada, la demanda económica cambiante y la tecnología constantemente innovadora, y por las diversas estrategias (individuales, culturales, políticas) movilizadas por diversos actores, que crean un sistema social inestable con un nivel cada vez mayor de complejidad. Por cierto, las redes siempre han existido en la organización humana, pero sólo ahora se han convertido en la forma más poderosa de organizar la instrumentalidad en lugar de la expresividad. El motivo es fundamentalmente tecnológico. La fuerza de las redes radica en su flexibilidad, su capacidad descentralizadora, su geometría variable, su habilidad para adaptarse a nuevas tareas y exigencias sin destruir sus reglas organizacionales básicas ni cambiar sus metas generales. Sin embargo, su debilidad fundamental, a través de toda la historia, ha sido la dificultad de coordinación hacia un objetivo común, hacia un propósito claro y definido, lo cual requiere de una concentración de recursos —en el espacio y en el tiempo— al interior de organizaciones grandes como los ejércitos, las burocracias, las grandes fábricas y las empresas organizadas verticalmente.

Con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la red es a la vez centralizada y descentralizada. Puede ser coordinada sin un centro. En lugar de instrucciones, tenemos interacciones. Se pueden manejar niveles mucho más altos de complejidad sin un quiebre mayor. No obstante, de esto no se desprende que las grandes corporaciones estén siendo reemplazadas por pequeñas o medianas empresas o que las multinacionales sean obsoletas. En realidad, observamos lo contrario: se ha desencadenado una manía por las fusiones en todo el mundo. Parecería no haber nada mejor, toda vez que Citicorp se casa con Travelers Insurance, Bank of America deja su corazón en San Francisco pero traslada su dinero a Carolina del Norte, Daimler Benz engulle a Chrysler, Volkswagen asciende a la categoría de Rolls Royce y los bancos estadounidenses engluten a los bancos y corporaciones de Asia, en una histórica venganza de Occidente contra las áreas de alto crecimiento del Pacífico.

Pero la concentración de capital va de la mano de la descentralización de la organización. Las grandes empresas multinacionales operan internamente como redes descentralizadas a cuyos elementos se les confiere una autonomía considerable. Cada elemento de estas redes generalmente forma parte de otras, algunas formadas por pequeñas o medianas empresas subsidiarias; otras redes se asocian a otras grandes empresas, en torno a proyectos o tareas específicas, con marcos específicos de tiempo y espacio.

Cierto, en última instancia, toda esta complejidad se reduce a la necesidad de asegurar una ganancia. Pero, ¿cómo y para quién? Una vez que los presidentes ejecutivos se han servido, espléndidamente por lo demás, todavía queda la mayor parte del capital para distribuirse entre un número creciente de accionistas. Las utilidades no permanecen en la empresa (se dedique principalmente a la manufactura, a las finanzas o a los servicios): se invierten en el casino mundial de mercados financieros interrelacionados, cuyo destino está determinado, finalmente, por una serie de factores, sólo algunos con fundamentos económicos. Debido a este nivel de impredecibilidad y complejidad, las redes —en las que todas las empresas, grandes o pequeñas, se anclan— avanzan, se readaptan, se forman y reforman en una variación interminable. Las empresas y organizaciones que no siguen la lógica de la conexión en red (sea en los negocios, los medios o la política) son aniquiladas por la competencia, puesto que no están equipadas para manejar el nuevo modelo de gestión.

Así, las redes, todas las redes, en última instancia salen adelante reestructurándose, incluso si para ello cambian de composición, afiliados o incluso tareas. El problema radica en que la gente y los territorios, cuyo sustento y destino depende del lugar que ocupen en estas redes, no pueden adaptarse tan fácilmente. En una región de menor categoría, se desinvierte capital, los ingenieros especializados

en *software* emigran, los turistas encuentran otro destino de moda y los medios masivos globales se cierran. Las redes se adaptan, soslayan la región (o ciertas personas), y vuelven a formarse en otra parte o con otra gente. Pero la materia humana en la cual vivía la red no puede mutar tan fácilmente. Queda atrapada, se devalúa o se desperdicia, lo que conduce al subdesarrollo social, precisamente en el umbral de la era potencialmente más prometedora de realización humana.

La otra cara de la era de la información: la desigualdad, la pobreza, la miseria y la exclusión social

Para analizar las tendencias actuales de la pobreza y la desigualdad en el mundo necesitamos establecer alguna claridad conceptual. Debemos distinguir, primeramente, entre las relaciones de consumo y las relaciones de producción, y luego diferenciar cuatro procesos específicos en ambos conjuntos de relaciones. Las relaciones de consumo se refieren a la apropiación por las personas del producto de su trabajo. En esto, debemos distinguir entre desigualdad, polarización, pobreza y miseria. La desigualdad se refiere a la apropiación desigual de la riqueza (ingresos y activos) por personas o grupos sociales. La polarización es un proceso específico de la desigualdad que ocurre cuando tanto la parte superior como inferior de una escala de distribución de la riqueza crecen más rápidamente que el centro. La pobreza es una norma definida institucionalmente, que establece el nivel de ingresos que una sociedad considera necesario para vivir según un estándar aceptado. La miseria, o la extrema pobreza, es un nivel definido institucionalmente que establece el estándar de vida material más bajo, en el que la supervivencia es problemática.

Cuando observamos la evidencia de las tendencias sociales en el mundo, en los países y entre países y entre las personas en las últimas dos décadas, es posible detectar las siguientes tendencias. Existe una desigualdad creciente entre los países en el mundo en general, mientras que la desigualdad al interior de los países es variopinta. Algunos han mejorado su situación (por ejemplo la India, el Pacífico asiático, España), mientras que otros han caído en una mayor desigualdad (Estados Unidos, Reino Unido, México, Brasil). La polarización está en ascenso en todo lugar. A nivel mundial, la relación entre los ingresos del 20 por ciento superior de la población y los del 20 por ciento inferior saltó de 30 a 1 en 1960 a 78 a 1 en 1994. Y los activos personales combinados de 385 multimillonarios en el mundo son ahora mayores que los ingresos anuales de países que representan el 45 por ciento de la población del planeta.

La evolución de la pobreza es compleja. La modernización ha contribuido a reducir la proporción de pobres en algunos países muy grandes, como China, India y Brasil. Aún así, la proporción de pobres sigue creciendo en la mayoría de países y el *número* de personas que viven en la pobreza ha aumentado considerablemente en todas partes. Más aún, la extrema pobreza, o miseria —usualmente definida como la proporción de personas que viven por debajo del 50 por ciento de la línea de pobreza— es el destino del segmento de más rápido crecimiento de la población pobre en casi todos los países (Castells 1998, PNUD 1997).

En cuanto a las relaciones de producción, se refieren a los diversos medios de sustento de la gente. No voy a entrar en un análisis completo de todas las relaciones de producción que existen en nuestra sociedad, pero me concentraré en las cuatro condiciones que parecen decisivas en cuanto a sus efectos en las relaciones de consumo. El primer proceso, que caracteriza a la era de la información debido a su forma de organización en red, es la creciente individualización del trabajo: aludo al proceso mediante el cual la contribución del trabajo a la producción se define específicamente para cada individuo, con poca referencia a negociaciones de contratos colectivos o condiciones reguladas. Si la era industrial consistió, en términos del proceso de trabajo, en tomar a una población de campesinos y artesanos e

insertarla en condiciones sociales de trabajo, la era de la información es exactamente lo opuesto. Es la desocialización del trabajo y la creciente flexibilidad e individualización del desempeño laboral.

Esto no es necesariamente bueno o malo. La flexibilidad del trabajo puede permitir que la gente organice mejor su vida, o no lo haga. Pero sí transforma la relación social entre el capital y el trabajo, entre la gerencia y los trabajadores, y entre los trabajadores mismos. Y tiene repercusiones fundamentales en cuanto a la acción política.

Una segunda característica de las relaciones actuales de producción es la sobreexplotación. Me refiero a la imposición de normas de remuneración o condiciones laborales desfavorables a ciertas categorías de trabajadores (por ejemplo, inmigrantes, mujeres, jóvenes, minorías), debido a su vulnerabilidad a la discriminación. Las mujeres, en particular, han ingresado masivamente al trabajo remunerado, pero en muchos casos con sueldos miserables (Castells 1996, 1997).

Una tercera característica es la exclusión social, es decir el proceso mediante el cual a ciertas personas o grupos se les impide el acceso a posiciones sociales que les darían derecho a sostenerse adecuadamente, de manera autónoma, en el contexto de las instituciones y los valores imperantes. Generalmente, en el capitalismo de la información dicha posición se asocia a la posibilidad de acceso a un trabajo remunerado relativamente regular para por lo menos un miembro de un hogar estable, o al derecho de recibir beneficios suficientes a largo plazo de un sistema de bienestar no estigmatizador. Actualmente se está registrando un aumento extraordinario en el número de personas que se encuentran en situaciones de exclusión social en prácticamente todos los países del mundo, a excepción de las democracias escandinavas (Castells 1998).

Por último, hay un cuarto tipo de relación de producción importante relacionado con las tendencias actuales del subdesarrollo social: lo que yo llamo la integración perversa. Se refiere al proceso laboral en la economía criminal; en otras palabras, las actividades generadoras de ingresos que el Estado tipifica normativamente como delitos. Ya que a un número considerable de personas se les excluye del acceso a trabajos normales, éstas se trasladan al taller de la delincuencia. Se podría decir que a algunas no les queda mucha alternativa. Las personas innecesarias en la era de la información no desaparecen: están allí. Más aún, están cada vez más allí porque, a excepción de Rusia, muchas poblaciones tienen ahora una mayor expectativa de vida (Castells 1998).

Vínculos entre el capitalismo de la información y la creciente crisis social

Sin embargo, éstas son sólo observaciones de una creciente crisis social (y no están exentas de controversia respecto de la selección e interpretación de los datos). ¿Qué significa el análisis? ¿Cuál es la relación entre estas tendencias —de haberlas— y la estructura y dinámica del capitalismo global de la información?

En primer lugar, la extrema disparidad social del proceso está asociada a la flexibilidad y alcance mundial del capitalismo de la información. Si todo y todos los que pueden ser una fuente de valor pueden conectarse fácilmente y tan pronto dejan de hacerlo pueden ser desconectados fácilmente (debido a la individualización y a la extrema movilidad de los recursos), entonces el sistema de producción mundial está poblado simultáneamente por personas y grupos sumamente valiosos y productivos, y por personas (o lugares) que no lo son o que ya no se consideran valiosos, aunque sigan estando allí físicamente. Debido al dinamismo y la competitividad del sistema dominante, las formas de producción anteriores en su mayoría se desestructuran y, por último, se eliminan progresivamente o se transforman en afluentes sometidos del sistema globalizado dinámico y altamente integrado.

En segundo lugar, la educación, la información, la ciencia y la tecnología se vuelven cruciales como fuentes de creación de valor (y recompensa) en la economía de la información. Ya que la educación formal ha aumentado en todo el mundo, su calidad se vuelve fundamental. La mayoría de las escuelas públicas, tanto en los países en desarrollo como en Estados Unidos, simplemente no están capacitadas para producir la nueva fuerza laboral de la era de la información. Pero incluso en países con sistemas educativos bastante buenos, el entorno cultural y tecnológico general requerido para ejercitar las habilidades de información no refleja el dinamismo del sistema. De modo que la falta de educación y la falta de una infraestructura para la información llevan a la mayor parte del mundo a depender del desempeño de unos pocos segmentos globalizados de sus economías, cada vez más vulnerables al torbellino de los flujos financieros mundiales.

En tercer lugar, a medida que las nuevas tecnologías, los nuevos sistemas de producción y la organización del comercio internacional eliminan la agricultura tradicional (que todavía emplea a dos tercios de la población del mundo en este final de milenio), se está propulsando un éxodo rural de proporciones gigantescas, especialmente en Asia. La población rural está destinada a ser dolorosamente absorbida en la economía informal de megaciudades superpobladas al borde de una catástrofe ecológica. En cuarto lugar, puesto que los Estados son soslayados por los flujos mundiales, disciplinados por los ejecutores de estos flujos (tal como el FMI) o limitados por las instituciones supranacionales —que crearon para sobrevivir de alguna manera en medio de la globalización— los Estados benefactores (o de bienestar) se vuelven vulnerables, los reglamentos se vienen abajo y el contrato social, ahí donde hubiese existido, se disputa en su esencia misma.

Las nuevas tecnologías no inducen al desempleo, tal como lo ha demostrado reiteradamente la investigación empírica (Carnoy). Más aún, a nivel mundial hay una creación masiva de empleos pero, en la mayoría de los casos, en condiciones de sobreexplotación: un hecho revelador es el empleo de unos 250 millones de niños justamente en la época en que el trabajo supuestamente se está acabando. Pero hay desempleo en Europa Occidental, donde las empresas se rehúsan a generar empleo debido a las normas laborales estrictas, los altos sueldos y las generosas prestaciones sociales. Esas empresas tienen la posibilidad de automatizar, subcontratar o invertir en otro lugar, y seguir vendiendo bienes y servicios en el mercado europeo. Así, en las condiciones actuales, los mercados doblegan los reglamentos y la protección del trabajador, valiéndose de la mayor movilidad de recursos posible gracias al nuevo entorno tecnológico. Por este motivo, en medio de la era de mayor ingeniosidad humana, muchos en todo el mundo son presa del pánico. También por eso, junto con la abundancia y prosperidad para una minoría significativa (aproximadamente un tercio de la población en países avanzados y probablemente la quinta parte de la población mundial en general ha mejorado sustantivamente su nivel de vida en los últimos 10 años), se presenta la formación de un cuarto mundo caracterizado por la exclusión social.

El Cuarto Mundo

Este mundo abarca a las personas y territorios que han perdido valor para los intereses dominantes del capitalismo de la información, algunos porque aportan poco como productores o consumidores; otros por falta de educación o por ser analfabetos funcionales; otros porque se enferman o quedan física o mentalmente discapacitados; otros porque no pudieron pagar el alquiler, se quedaron sin techo y fueron devorados por la vida en las calles; otros porque, incapaces de afrontar la vida, se volvieron adictos o alcohólicos; otros porque, para sobrevivir, vendieron sus cuerpos y sus almas y optaron por prostituirse por cualquier deseo posible; otros porque entraron a la economía criminal, fueron atrapados y se volvieron habitantes del creciente planeta del sistema judicial penal (casi 3 por ciento de los hombres adultos en Estados Unidos); otros, porque tuvieron un incidente con un policía o un jefe o alguna autoridad y emprendieron el mal camino. Y lugares, lugares enteros, se vuelven estigmatizados y son confinados por la policía, y soslayados por las redes de la comunicación y la inversión. Mientras que las personas y los lugares de valor se han conectado mundialmente, los ámbitos devaluados se desconectan y decenas de millones de personas de todos los países y culturas quedan socialmente excluidas. Este cuarto mundo de la exclusión social, más allá de la pobreza, existe en todas partes, aunque en diferentes proporciones, desde el sur del Bronx hasta Mantes-la-Jolie, desde Kamagasaki a Meseta de Orcasitas y desde las *favelas* de Río hasta los suburbios pobres de Yakarta. En las condiciones actuales existe, como he tratado de mostrar, una relación sistémica entre el ascenso del capitalismo global de la información y el crecimiento extraordinario de la exclusión social y la desesperanza humana.

Redefinición del desarrollo social en la era de la información

Durante milenios el desarrollo social fue el equivalente de la supervivencia social: la meta diaria de las personas, a excepción de una minúscula minoría gobernante, era subsistir, formar una familia y robarle algunos momentos de felicidad a los rigores de la condición humana. Ésa sigue siendo la suerte de muchos. Sin embargo, en los dos últimos siglos, con el advenimiento de la era industrial, el desarrollo social empezó a incluir la meta de mejorar la subsistencia del ser humano. La acumulación de capital y la inversión, y el desarrollo tecnológico se encaminaron hacia la producción material, y los insumos masivos de trabajo y de recursos naturales generaron riqueza, tanto bajo el capitalismo como bajo el estatismo. Las luchas sociales y la reforma —o revolución— política se preocupó de difundir la cosecha de la productividad en toda la sociedad, pese a las limitaciones que imponía un mundo dividido entre el Norte y el Sur, y organizado en sociedades de clase que tendían a reproducirse.

Hay algo nuevo en la era de la información. Se puede sostener empíricamente que en el origen de la producti 'ad y la competitividad (que conjuntamente determinan la generación de riqueza y su apropiación diferencial por las unidades económicas) está la capacidad de generar nuevos conocimientos y procesar con eficiencia información pertinente. Por cierto, la información y el conocimiento siempre han sido factores fundamentales para el poder y la producción. Pero sólo cuando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación empoderan incesantemente a la humanidad con la capacidad de alimentar conocimiento de vuelta al conocimiento, experiencia a la experiencia, existe a la vez un potencial de productividad sin precedentes y un vínculo particularmente estrecho entre la actividad de la mente, por un lado, y la producción material, sea de bienes o servicios, por el otro. La antigua escuela de pensamiento centrada en el concepto del capital humano está plenamente reivindicada. Invertir en la educación es una inversión productiva. Una fuerza laboral educada es una fuente de productividad. Pero tener educación no significa nada si el trabajador no goza de buena salud, de una vivienda decente, de estabilidad psicológica y realización cultural. En otras palabras, de un mejoramiento multidimensional de la calidad de vida. Así, los Estados benefactores —sin sus soportes burocráticos— deberían ser fuente de productividad y no simplemente representar cargas presupuestarias.

Pero la interacción entre el crecimiento económico y el desarrollo social en la era de la información es aún más compleja. Toda la organización social se vuelve productiva o, de lo contrario, se convierte en un obstáculo para la innovación y, por lo tanto, para el crecimiento de la productividad. La libertad personal (y, por ende, la libertad en su sentido más cabal) es un prerrequisito para el emprendimiento empresarial. La solidaridad social es crucial para la estabilidad y, en consecuencia, para que la inversión pueda ser predecible. La seguridad familiar es esencial para la voluntad de correr riesgos. La confianza

Sociedad de la información y derecho a la comunicación

en nuestros conciudadanos y en las instituciones de gobernanza es el cimiento para socializar la ingeniosidad en un espacio y tiempo dados, lo que hace posible que otros gocen de los frutos de ese ingenio. En pocas palabras, el desarrollo social conduce al desarrollo cultural, que conduce a la innovación y ésta al desarrollo económico, que fomenta la confianza y la estabilidad institucional; esto subyace tras un nuevo modelo sinérgico que integra el crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida.

Sin desarrollo social, sin estabilidad institucional, puede que todavía se advierta una difusión del desarrollo económico en el mundo, pero se basará en una fórmula reductora de costos, en lugar de en un modelo que optimice la productividad. Además, ambas espirales (la ascendente hacia la productividad en la información y la descendente hacia la competitividad económica a través de la reducción de costos) son acumulativas y contagiosas. Si las empresas y países compiten a costa de empeorar las condiciones laborales y de concentrar la mayor parte posible de la bonanza de la productividad en unas pocas manos, matarán los incentivos para que la mayoría de los trabajadores inviertan su propio capital mental en un emprendimiento colectivo, reducirán la velocidad de la curva de aprendizaje y restringirán tanto el poder adquisitivo como el empuje hacia la innovación. Silicon Valley continuará prosperando sobre la base de la innovación y atrayendo una parte considerable del talento en el campo de la tecnología de la información de todas partes del mundo. Pero la proporción de la tecnoelite de Silicon Valley frente a la población general, incluso la población educada, se volverá tan ridículamente pequeña en comparación con su parte del poder y la riqueza, que será socialmente insostenible. El sueño de algunas personas en un planeta cada vez más pequeño —integrado por una minoría de consumidores ávidos, altamente productivos y muy adinerados, que flotan en una nube por encima de los trabajadores con pocas destrezas e ignoran los agujeros negros en los que las personas y los lugares devaluados— está condenado a hundirse, es simplemente insostenible. Es una pesadilla, agitada por la ira del fundamentalismo y el temor de amenazas terroristas desesperadas. La disociación entre el crecimiento económico y el desarrollo social en la era de la información no solamente es moralmente incorrecta, sino también imposible de sostener.

La reintegración del desarrollo social y el crecimiento económico a través de la innovación tecnológica, la gestión de la información y el desarrollo mundial compartido no se logrará con sólo confiar en las fuerzas sin trabas del mercado. Tampoco surgirá de los esfuerzos individuales de los Estados y sus estrategias defensivas. Necesitará una mejora tecnológica masiva de los países, empresas y hogares en todo el mundo, una estrategia del más alto interés para todos, incluido el mundo de los negocios, y especialmente de las empresas de alta tecnología. (Un uso apropiado del internet es, en realidad, la característica más importante de dicha mejora). Habrá que invertir de modo espectacular para hacer una revisión del sistema educacional en todas partes, a través de la cooperación entre los gobiernos nacionales y locales, las instituciones y entidades crediticias internacionales, las empresas extranjeras y locales, y familias preparadas para hacer sacrificios en favor de una mejora tangible del futuro de sus hijos. Será necesario establecer una red mundial de ciencia y tecnología, en la que las universidades más avanzadas estén dispuestas a compartir sus conocimientos y experiencia para el beneficio de todos. El objetivo debe ser revertir, de manera lenta pero segura, la marginación de países o ciudades o vecindarios enteros, de modo que el potencial humano que hoy se desperdicia, especialmente el de los niños, pueda reinvertirse. Todas las personas deben convertirse en productoras y consumidoras valoradas, y deben ser reconocidas como seres humanos en otros foros que no sean los comerciales de 30 segundos de las organizaciones internacionales.

Todo esto es factible. Tenemos la experiencia, los conocimientos técnicos y la tecnología para hacerlo, y las estrategias económicas e institucionales para implementarlo. Los obstáculos, por supuesto, son políticos. En parte, tienen que ver con estrategias comerciales muy limitadas. Pero si sabemos lo que queremos, por qué lo queremos y cómo hacerlo, tenemos lo fundamental para tratar de convencer al sector empresarial y a los gobiernos. Tiendo a pensar que a los grupos comerciales más lúcidos les conviene apoyar el camino positivo del desarrollo de la información y vincular la productividad, la calidad de vida y la inversión en tecnología y educación en todo el mundo. Y si hay una fuerte presión de la opinión pública mundial en favor de esta estrategia de desarrollo compartido, con un resultado potencialmente positivo en cuanto a la conservación ambiental, los gobiernos podrían a la larga unirse o ser expulsados por sus ciudadanos.

La solidaridad en un mundo globalizado significa solidaridad global. También significa solidaridad entre generaciones. Nuestro planeta es nuestro único hogar y no quisiéramos que los nietos de nuestros nietos se quedaran sin hogar. Éstos son principios básicos, elementales de la economía y útiles para formular políticas "como si la gente importara". Además, son absolutamente coherentes con la lógica productiva y creativa integrada en nuestra sociedad basada en la información. Si esto sonara vanamente ilusorio, sólo nos daría la medida de lo desconcertados que estamos en este momento crucial de transición histórica.

Bibliografía citada

Bailey, P. y otros (1993). *Multinationals and Employment: The global economy in the 1990s*. Geneva, OIT.

Benner, C. (2002). "The Changing Labour Market of Silicon Valley". Tesis doctoral. Berkeley, University of California, Department of City and Regional Planning.

Carnoy, M. (1999). *Sustainable Flexibility: Work, Family and Community in the Information Age*. New York, Cambridge, University Press.

Castells, M. (1996). *The Information Age: Economy, Society, and Culture. Vol. I: The Rise of the Network Society*. Oxford, U. K., Blackwell.

Castells, M. (1997). *The Information Age: Economy, Society, and Culture. Vol. II: The Power of Identity*. Oxford, U. K., Blackwell.

Castells, M. (1998). *The Information Age: Economy, Society, and Culture. Vol. III: End of Millennium*. Oxford, U. K., Blackwell.

Castells, M. y d'Andrea Tyson, L. (1988). "High technology choices ahead: Restructuring interdependence" en Sewell, J. M. y Tucker, S. (eds.) *Growth, Exports and Jobs in a Changing World Economy*. New Brunswick, New Jersey, Transaction Books.

Castells, M. y d'Andrea Tyson, L. (1989). "High technology and the changing international division of production: Implications for the U.S. economy" en Purcell, R. (ed.) *The Newly Industrializing Countries in The World Economy*. Boulder, Colorado, Lynne Rienner.

Castells, M. y Kiselyova, E. (1995). *The Collapse of Soviet Communism: The View from the Information Society*. Berkeley, University of California, International and Area Studies Book Series.

Dosi, G. y otros (1988). *Technical Change and Economic Theory*. London, Pinter.

Foray, D. y Freeman, C. (1992). *Technologie et richesse des nations*. Paris, Economica.

Hirst, P. y Thompson, G. (1996). *Globalisation in Question*. Cambridge, U. K., Polity Press.

PNUD (1997). *Human Development Report 1997*. New York, Oxford University Press.

Castells, Manuel (1999). "Information Technology, Globalisation and Social Development". Documento de trabajo Nº 114. Geneva, United Nations Resarch Institute for Social Development (UNRISD). Reproducción autorizada por el autor.

Sociedad de la información y derecho a la comunicación

Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo Público

Jesús Martín Barbero

sfera pública y comunicación

Desde su inicio en el siglo XVIII la "esfera pública burguesa", definida por J. Habermas como *publicidad* —«mediante la cual el interés público de la esfera privada en la sociedad burguesa deja de ser percibido de manera exclusiva por la autoridad y comienza a ser tomado en consideración como algo propio por los súbditos mismos»— remite al proceso de comunicación en el que toma forma el doble tráfico de las mercancías y las noticias. Lo que emerge en la "esfera pública" es un nuevo modo de asociación *no vertical*, como el que se forma desde el Estado, y del que hacen parte originariamente sólo los que tienen *instrucción y propiedad*.

Un siglo después, la esfera pública es redefinida por la aparición de las masas urbanas en la escena social, cuya visibilidad remite a la transformación de la política que de un asunto de Estado pasa a convertirse en «esfera de la comunidad, la esfera de los asuntos generales del pueblo». De otro lado, la visibilidad política de las masas va a responder también a la formación de una *cultura-popular-de-masa*: los dispositivos de la *massmediación* articulan los movimientos de lo público a las tecnologías de la fábrica y del periódico, al tiempo que la aparición de la rotativa, ampliando el número de ejemplares impresos, abarata los costos y reorienta la prensa hacia el "gran público".

La *publicidad*, en el sentido habermasiano, va a conectar entonces dos discursos. Primero, el de la prensa que ensambla lo privado en lo público a través del debate entre las ideologías y la lucha por la hegemonía cultural; y segundo, el de la propaganda comercial que *transviste* de interés público las intenciones y los intereses privados. A caballo entre ambos discursos se produce el desdoblamiento que lleva de *lo público* al *público* que conforman los lectores, los espectadores y los consumidores de cultura.

La otra figura comunicacional de lo público es la de la *opinión pública*. Ésta es entendida en principio como la acción que se oponía a la práctica del secreto, propia del Estado absolutista, y el principio de la crítica como derecho del público a debatir las decisiones políticas, esto es el "debate ciudadano" como espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso. Pero en una sociedad *descentrada* como la actual —que ni el Estado ni la Iglesia pueden ya vertebrar— y *estructuralmente mediada* por la presencia de un entorno tecnológico productor de un flujo incesante de discursos e imágenes *lo público* es cada día más identificado con lo escenificado en los medios, y *el público* con sus audiencias. La opinión pública que los medios fabrican con sus sondeos y encuestas tiene así cada vez menos de debate y de crítica ciudadanos y más de simulacro: *sondeada*, la sociedad civil pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística. Y el vacío social de la representación facilitará la asimilación del discurso político al modelo de comunicación hegemónico, esto es, el que proponen la televisión y la publicidad.

Transformaciones de la sociabilidad

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están reconfigurando los "modos de estar juntos" desde las transformaciones de nuestra percepción del espacio y del tiempo. Del espacio, profundizando el *desanclaje* que produce la modernidad por relación al *lugar*; desterritorialización de los mapas mentales y de las formas de percibir lo próximo y lo lejano. Paradójicamente esa nueva espacialidad no emerge del recorrido viajero que me saca de mi pequeño mundo sino de su revés, de la *experiencia doméstica* convertida por la televisión y el computador en ese territorio virtual al que, como de manera expresiva ha dicho Virilio (1996) «todo llega sin que haya que partir». En lo que respecta al tiempo, estamos ante unos medios dedicados a fabricar presente, un presente autista, que pretende bastarse a sí mismo. Lo que sólo puede producirse mediante el *debilitamiento del pasado*, de la conciencia histórica. Al referirse al pasado, a la historia, los medios masivos lo hacen casi siempre en forma descontextualizada, reduciendo el pasado a una cita, y a una cita que en la mayoría de los casos no es más que un adorno con el cual colorear el presente siguiendo "las modas de la nostalgia". El pasado deja de hacer *parte de la memoria* convirtiéndose en ingrediente del *pastiche* que nos permite mezclar los hechos, las sensibilidades y estilos de cualquier época, sin la menor articulación con los contextos y movimientos de fondo de esa época. Y un pasado así no puede iluminar el presente, ni relativizarlo, ya que no nos permite tomar distancia de la inmediatez que estamos viviendo, contribuyendo así a *hundirnos* en un presente sin fondo, sin piso, y sin horizonte. La obsesión de presente implica a su vez una flagrante *ausencia de futuro*. Catalizando la sensación de "estar de vuelta" de las grandes utopías los medios se han constituido en un dispositivo fundamental de instalación en un *presente continuo*, en «una secuencia de acontecimientos que, como afirma Norbert Lechner, no alcanza a cristalizar en duración, y sin la cual ninguna experiencia logra crearse, más allá de la retórica del momento, un horizonte de futuro». Y así se nos hace imposible construir proyectos: hay proyecciones pero no proyectos, algunos individuos se proyectan pero las colectividades no tienen dónde asir los proyectos. Y sin un mínimo horizonte de futuro no hay posibilidad de pensar cambios, con lo que la sociedad patina sobre una sensación de sin-salida.

Aceleradamente desanclado de los referentes espaciales y temporales de pertenencia el lazo social se atomiza y desencanta debilitándose su estabilidad, su capacidad de aglutinación y convocación a participar en proyectos colectivos. Inestabilidad que viene a reforzar la nueva *matriz técnico-informacional* del orden urbano: la verdadera preocupación de los urbanistas hoy no es que los ciudadanos se encuentren sino que circulen, porque ya no se nos quiere reunidos sino *conectados*. Es en ese nuevo *espacio comunicacional*, tejido ya no de encuentros y muchedumbres sino de *flujos y redes*, en el que emergen unos nuevos "modos de estar juntos" y otros dispositivos de percepción, que aparecen mediados por la televisión, después por el computador y en poco tiempo más por la imbricación entre televisión e informática, en una acelerada alianza entre velocidades audiovisuales e informacionales. Mientras el cine catalizaba la "experiencia de la multitud" en la calle, pues era en multitud que los ciudadanos ejercían su derecho a la ciudad, lo que ahora cataliza la televisión es por el contrario la "experiencia doméstica" y domesticada: es "desde la casa" que la gente ejerce ahora cotidianamente su conexión con la ciudad. Mientras que del *pueblo* que se tomaba la calle al *público* que iba al cine la transición era transitiva y conservaba el carácter colectivo de la experiencia, de los públicos de cine a las *audiencias* de televisión el desplazamiento señala una profunda transformación: la pluralidad social que, sometida a la lógica de la desagregación, hace de la diferencia una mera estrategia del *rating*: imposible de ser representada en la política la fragmentación de la ciudadanía es tomada a cargo por el mercado encontrando su correlato en el consumidor.

En los últimos años el tejido de tradiciones e interacciones que daban consistencia a los partidos políticos y a los sindicatos ha comenzado a disgregarse. La descentralización y dispersión de los ámbitos de trabajo, las exigencias dominantes de la urbanización, la reducción de la familia, la diversificación e hibridación de las profesiones y la disgregación del tejido de tradiciones que daban consistencia a esas organizaciones son procesos que concurren hacia

una reducción de la interacción social y de los lugares y las ocasiones de interacción, haciendo que ellas (las organizaciones) pierdan sus lugares de anclaje, de intercambio e interlocución con la sociedad. Y desconectados del vivir social —por su incapacidad de dar forma a la pluralidad y heterogeneidad de las demandas, y/o por la pérdida del subsuelo que los conectaba con la trama de la sociedad— los partidos tenderán a convertirse en "maquinaria política" incorporada al aparato de gobierno, mientras los sindicatos *des-concertados* buscan a tientas su reubicación en la nueva y móvil geografía laboral que configuran la mutación informacional y globalizada economía-red. El ámbito determinante de ese cambio son las nuevas condiciones de un capitalismo de *acumulación flexible* (D. Harvey) hecho posible por las nuevas tecnologías productivas y las nuevas formas organizacionales conducentes a una descentralización que es *desintegración vertical* de la organización del trabajo —multiplicación de las sedes, subcontratación, multiplicación de los lugares de ensamblaje— y a una creciente concentración económica.

Reconfiguraciones de la visibilidad y el reconocimiento

Fagocitado durante mucho tiempo por *lo estatal*, sólo en los últimos años *lo público* empieza a ser percibido en las peculiaridades de su autonomía, sustentada en su doble relación con los ámbitos de la "sociedad civil" y de la comunicación. Desde el pensamiento de H. Arendt y R. Sennet lo público aparece como "lo común, el mundo propio a todos", lo que implica que ello sea al mismo tiempo "lo difundido, lo 'publicitado' entre la mayoría". Que es en lo que hace hincapié Sennet cuando refiere lo público a aquel *espacio de la ciudad* (desde el *ágora* griega) en el que la gente se junta para intercambiar informaciones y opiniones, para deambular escuchando y entretenerse controvirtiendo. Germán Rey ha desarrollado esa articulación fundacional de lo público entre el *interés común*, el *espacio ciudadano* y la *interacción comunicativa*: circulación de intereses y discursos que lo que tienen de *común* no niega en modo alguno lo que tienen de heterogéneos, ello es más bien lo que permite el reconocimiento de la diversidad haciendo posible contrastarlos. Es lo propio de la *ciudadanía* hoy el estar asociada al "reconocimiento recíproco", esto es, al derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas más flagrantes de exclusión ciudadana en la actualidad se sitúa justamente ahí, en la desposesión del *derecho a ser visto y oído*, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, tanto en el de las mayorías como en el de las minorías. Derecho que nada tiene que ver con el vedetismo de nuestros políticos en su perverso afán por sustituir su perdida capacidad de representar lo común por la cantidad de tiempo en pantalla.

La cada vez más estrecha relación entre lo público y lo comunicable —ya presente en el sentido inicial del concepto político de *publicidad* cuya historia, como anotábamos antes, ha sido trazada por Habermas— pasa hoy decisivamente por la ambigua y muy cuestionada *mediación de las imágenes*. La centralidad ocupada por el discurso de las imágenes —de las vallas a la televisión pasando por las mil formas de afiches, grafiti, etc.— es casi siempre asociada, o reducida, a un mal inevitable, a una incurable enfermedad de la política moderna, a un vicio proveniente de la decadente democracia norteamericana, o a una concesión a la barbarie de estos tiempos que tapan con imágenes su falta de ideas. Y no es que en el uso de la imágenes que hace la sociedad actual y la política haya no poco de todo eso, pero de lo que estamos necesitados es de ir más allá de la denuncia, hacia una comprensión de lo que esa mediación de las imágenes produce socialmente, único modo de poder intervenir sobre ese proceso. Y lo que en las imágenes se produce es, en primer lugar, la salida a flote de la crisis que sufre, desde su interior mismo, el *discurso de la representación*. Pues si es cierto que la creciente presencia de las imágenes en el debate, las campañas y aun en la acción política espectaculariza el mundo del acontecer hasta confundirlo con el de la farándula, los reinados de belleza o las iglesias electrónicas, también es cierto que por las imágenes pasa una *construcción visual de lo social* en la que esa visibilidad recoge el desplazamiento de la lucha por la *representación* a la demanda por el *reconocimiento*. Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías —las etnias y las razas, las mujeres, los jóvenes o los homosexuales— demandan no es tanto ser representados sino reconocidos: *hacerse visibles socialmente, en su diferencia*. Lo que da lugar a un modo nuevo de ejercer en la política sus derechos. Y, en segundo lugar, en las imágenes se produce un profundo *descentramiento* de la política tanto sobre el sentido de la militancia como del discurso partidista. Del fundamentalismo sectario que acompañó desde el siglo pasado hasta bien entrado el actual el ejercicio de la militancia en las derechas como en las izquierdas las imágenes dan cuenta de lo que Norbert Lechner denomina el «enfriamiento de la política», esto es, la desactivación de la rigidez en las pertenencias posibilitando fidelidades más móviles y colectividades más abiertas. Y en lo que al *discurso* respecta la nueva visibilidad social de la política cataliza el desplazamiento del discurso doctrinario, de carácter abiertamente autoritario, a una discursividad democrática si no de manera clara, hecha al menos de ciertos tipos de interacciones e intercambios con otros actores sociales. De ello son evidencia tanto las consultas de la opinión realizadas desde el campo de la política como la proliferación creciente de observatorios y veedurías ciudadanas. Resulta bien significativa esta, más que cercanía fonética, articulación semántica entre la *visibilidad* de lo social que posibilita la constitutiva presencia de las imágenes en la vida pública y las *veedurías* como forma actual de fiscalización e intervención de parte de la ciudadanía.

Metamorfosis de lo público en la era de la información

El vacío de utopías que atraviesa el ámbito de la política se ve llenado en los últimos años por un cúmulo de utopías provenientes del campo de la tecnología y la comunicación: "aldea global", "mundo virtual", "ser digital", etc. Y la más engañosa de todas, la "democracia directa" atribuyendo al poder de las redes informáticas la renovación de la política y superando de paso las "viejas" formas de la representación por la "expresión viva de los ciudadanos", ya sea votando por internet desde la casa o emitiendo telemáticamente su opinión. Estamos ante la más tramposa de las idealizaciones ya que en su celebración de la inmediatez y la transparencia de las redes cibernéticas lo que se está minando son los fundamentos mismos de "lo público", esto es, los procesos de deliberación y de crítica, al mismo tiempo que se crea la ilusión de un proceso sin interpretación ni jerarquía se fortalece la creencia en que el individuo puede comunicarse prescindiendo de toda mediación, y se acrecienta la desconfianza hacia cualquier figura de delegación y representación.

Hay, sin embargo, en no pocas de las proclamas y búsquedas de una "democracia directa" vía internet, un trasfondo libertario que apunta a la desorientación en que vive la ciudadanía como resultado de la ausencia de densidad simbólica y la incapacidad de convocación que padece la política representativa. Trasfondo libertario que señala también la frustración que produce especialmente entre las mujeres y los jóvenes la incapacidad de representación de la diferencia en el discurso que denuncia la desigualdad. Devaluando lo que la nación tiene de horizonte cultural común —por su propia incapacidad de articular la heterogeneidad, la pluralidad de diferencias de las que está hecha— los medios y las redes electrónicas se están constituyendo en mediadores de la trama de imaginarios que configura la identidad de las ciudades y las regiones, del espacio local y barrial, vehiculizando así la multiculturalidad que hace estallar los referentes tradicionales de la identidad.

Lo que las redes ponen en circulación son a la vez flujos de información y movimientos de integración a la globalidad tecnoeconómica, la producción de un nuevo tipo de *espacio reticulado* que debilita las

Sociedad de la información y derecho a la comunicación

fronteras de lo nacional y lo local al mismo tiempo que convierte esos *territorios* en puntos de acceso y transmisión, de activación y transformación del sentido del comunicar. Pero no podemos pensar las redes únicamente en términos de comunicación pues ellas tienen cada día un papel más notorio en la racionalización del consumo ajustando los deseos, las expectativas y demandas de los ciudadanos a los regulados disfrutes del consumidor.

Virtuales, las redes no son sólo técnicas, son también sociales: ahí está el dato duro de que internet sólo concierne hoy a un 1% de la población mundial y de que su requisito, el teléfono, nos avoca a esta paradoja: ¡hay más líneas telefónicas en la isla de Manhattan que en toda África! Por más que el crecimiento de los usuarios en América Latina sea rápido los tipos de usos diferencian radicalmente el significado social del estar enchufado a la red. Pues entre el peso de la información estratégica para la toma de decisiones financieras y la levedad del paseante extasiado ante las vitrinas de los bulevares virtuales hay un buen trecho. Que se hace mucho mayor cuando el crecimiento de la riqueza interior a la red es conectado con la acelerada pauperización social y psíquica que se vive en su exterior: en el lugar desde el que la gente se enchufa a la red. Todo lo cual tiene poco que ver con las tan repetidas y gastadas denuncias de la homogeneización de la vida o la devaluación de la lectura de libros. Pues la virtualidad de las redes escapa a la razón dualista con la que estamos habituados a pensar la técnica, haciéndolas a la vez abiertas y cerradas, integradoras y desintegradoras, totalizadoras y destotalizantes, nicho y pliegue en el que conviven y se mezclan lógicas, velocidades y temporalidades tan diversas como las que entrelazan las narrativas de lo oral con la intertextualidad de las escrituras y las intermedialidades del hipertexto.

La toma de distancia crítica, indispensable por el vértigo en que nos sumergen las innovaciones tecnológicas, empieza por romper el espejismo producido por el régimen de inmaterialidad que rige el mundo de las comunicaciones, de la cultura o del dinero, esto es, la pérdida de espesor físico de los objetos haciéndonos olvidar que nuestro mundo está a punto de naufragar bajo el peso y el espesor de los desechos acumulados de toda naturaleza. Pero al mismo tiempo cualquier cambio en esa situación pasa por asumir la presencia y la extensión irreversible del entorno tecnológico que habitamos. De otra parte, no es cierto que la penetración y expansión de la innovación tecnológica en el entorno cotidiano implique la sumisión automática a las exigencias de la racionalidad tecnológica, de sus ritmos y sus lenguajes. De hecho lo que está sucediendo es que la propia presión tecnológica está suscitando la necesidad de encontrar y desarrollar otras racionalidades, otros ritmos de vida y de relaciones tanto con los objetos como con las personas, en las que la densidad física y el espesor sensorial son el valor primordial. Y para los apocalípticos —que tanto abundan hoy— ahí están los usos que de las redes hacen muchas minorías y comunidades marginadas introduciendo *ruido* en ellas, distorsiones en el discurso de lo global a través de las cuales emerge la palabra de otros, de muchos otros. Y esa vuelta de tuerca evidencia en las grandes ciudades el uso de las redes electrónicas para construir grupos que, virtuales en su nacimiento, acaban territorializándose, pasando de la conexión al encuentro, y del encuentro a la acción. Y por más tópico que resulte, ahí está la palabra del comandante Marcos introduciendo (junto con el *ruido de fondo* que pone la sonoridad de la selva Lacandona) la gravedad de la utopía en la levedad de tanto chismorreo como circula por internet.

El uso alternativo de las tecnologías informáticas en la construcción de la esfera pública pasa sin duda por profundos cambios en los mapas mentales, en los lenguajes y los diseños de políticas, exigidos todos ellos por las nuevas formas de complejidad que revisten las reconfiguraciones e hibridaciones de lo público y lo privado. Empezando por la propia complejidad que a ese respecto presenta internet: un contacto privado entre interlocutores que es a

su vez mediado por el lugar público que constituye la red; proceso que así mismo introduce una verdadera explosión del discurso público al movilizar la más heterogénea cantidad de comunidades, asociaciones, tribus que al mismo tiempo que liberan las narrativas de lo político desde las múltiples lógicas de los mundos de vida despotencian el centralismo burocrático que promueven la mayoría de las instituciones, potenciando la creatividad social en el diseño de la participación ciudadana.

Que nadie se confunda, las tecnologías no son neutras pues más que nunca ellas constituyen hoy enclaves de condensación e interacción de mediaciones sociales, conflictos simbólicos e intereses económicos y políticos. Pero es por eso mismo que ellas hacen parte de las nuevas condiciones de entrelazamiento de lo social y lo político, de la formación y el ejercicio de nuevas formas de ciudadanía.

Tecnicidad e información: un enclave estratégico de lo público

El espacio público no es sólo el espacio de la expresión política sino el del *acceso a la información*. Como ha señalado J. Keane, desborda el espacio nacional constituyendo una *esfera pública internacional* que moviliza nuevas formas de *ciudadanía mundial*, como lo muestran las organizaciones internacionales de defensa de los derechos humanos y las ONG que desde cada país median entre lo internacional y lo local. Estamos ante un ámbito que constituye hoy uno de los derechos fundamentales del ciudadano, pues se ha convertido en una condición clave en la construcción de identidades colectivas. Por el acceso a la información pasa a la vez una de las posibilidades estratégicas de democratización de nuestras sociedades y una de las formas de exclusión social más decisivas ya que ese acceso se juega al mismo tiempo sobre el orden económico —posibilidades económicas de conectarse a la red— y el cultural: saberes, lenguajes, hábitos y destrezas mentales. Todo esto le está exigiendo a las organizaciones, fundaciones y asociaciones ciudadanas un compromiso específico y unas tareas ineludibles:

- Desarrollar en la sociedad y en el Estado una toma de conciencia sobre el carácter estratégico del Espacio Público de Información.
- Emprender acciones para traducir el Espacio Público en un Archivo Virtual Mundial al que puedan acceder y en el que quepan todos los pueblos.
- Proponer regulaciones del Espacio Público de Información de modo que sean respetadas tanto la vida privada como la confidencialidad de los datos requeridos para el acceso, privacidad y confidencialidad que se hallan hoy amenazados como nunca antes y tanto por el mercado como por el Estado.
- Difundir que el "bien común" se halla representado sobre todo en la existencia del otro, y en especial del *más otro*, el pobre.
- Pensar las redes de comunicación e información como el tejido nervioso de la solidaridad humana y el internacionalismo.
- Desarrollar el intercambio de información pública no disponible ejercitando la crítica y reinterpretación de la disponible.
- Conectar a la red las experiencias de organización horizontal e informal de las comunidades populares.
- Proporcionar bases técnicas a los movimientos que buscan recrear la democracia expandiendo el pluralismo y la multiculturalidad.

Bibliografía citada

Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Barcelona, Paidós.

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, G. Gili.

Keane, J. (1995). "Structural Transformation of the Public Sphere" en *The Communication Review*, Vol. 1, Nº 1 University of California.

Rey, G. (1998). *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas.* Bogotá, CEREC / Fundación Social / FESCOL.

Sennet, R. (1981). *El declive del hombre público.* Barcelona, Península.

Sennet, R. (1997). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental.* Madrid, Alianza.

Virilio, P. (1996). *Un paysage d'événements.* Paris, Galiléc.

Desarrollo social, información y conocimiento: ¿qué pasó con la comunicación?

Cees Hamelink

Hay una abundancia de trabajos escritos sobre la importancia de la información en los procesos de desarrollo social. Esto es comprensible, ya que en cuestiones de crecimiento de la población, higiene y salud, agricultura, finanzas y políticas públicas, informar a los afectados es fundamental. En las últimas décadas, se ha desarrollado toda una industria de extensionistas, medios rurales y consultores en torno a la información. En general, todo este trabajo se ha inspirado en la convicción de que la adquisición y distribución de información es fundamental para el empoderamiento humano y que si la gente tiene un mejor acceso a este recurso básico, vería beneficiado su nivel de vida. Debido a la importancia crucial de la información, la comunidad internacional ha expresado reiteradamente su preocupación sobre el acceso desigual a la información y sus tecnologías conexas alrededor del mundo.

Ya en la Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas de 1948 sobre la libertad de información, el delegado de Yugoslavia atrajo la atención sobre las grandes disparidades en los medios masivos de comunicación disponibles y sostuvo que sería necesario vincular la libertad de información al estándar de igualdad (Hamelink 1994).

En la década de 1950, en diversas conferencias de la UNESCO surgió incluso el concepto de "hambruna de información". El mismo problema fue

Martín Barbero, Jesús (2000). "Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo Público" en *Metapolítica*, Vol. 5. México D. F. Reproducción autorizada por el autor.

denominado como "la brecha" entre los pobres en información y los ricos en información a lo largo de las décadas de 1970 y 1980 y, más recientemente, el término de moda es "la brecha digital global". A medida que las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) se fueron convirtiendo en la infraestructura crucial de las economías modernas, hacia comienzos de la década de 1980 se introdujo el término "sociedad de la información". Resultó un concepto controvertido con distintos significados para distintas personas. Sin embargo, sea cual fuere su significado preciso, la sociedad de la información se ha convertido en la norma a la cual todos los países aspiran. En análisis más sofisticados, la "sociedad de la información" se convirtió incluso en la "sociedad del conocimiento". El Informe de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) de 1999 presenta al conocimiento como el nuevo recurso y afirma que más de la mitad del PIB en los principales países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) depende del conocimiento. Al igual que la información, el conocimiento está distribuido desigualmente alrededor del mundo. Por medio de una variedad de indicadores (tales como la matrícula en instituciones educativas, la propiedad de patentes, etc.), se puede documentar que existe una distribución desequilibrada del conocimiento. La investigación y desarrollo científico se está alejando cada vez más de los países en desarrollo. En la década de 1980, éstos tenían 6 por ciento del total mundial de inversiones en investigación; en los 1990, llegó a sólo 4 por ciento. Los países industriales poseen el 97 por ciento de todas las patentes en el mundo. En 1995, más de la mitad de todas las regalías y cargos por licencias a nivel mundial fue pagada a Estados Unidos, principalmente por Japón, el Reino Unido, Francia, Alemania y los Países Bajos. Más del 80 por ciento de las patentes otorgadas en los países en desarrollo pertenecen a residentes de los países industrializados.

El marco político imperante presenta a la "sociedad del conocimiento" en los términos siguientes.

En las sociedades modernas, el conocimiento es el recurso fundamental de sus economías. El dominio del conocimiento determina su posición competitiva y, por lo tanto, intentan invertir en la producción de conocimiento y en las profesiones del conocimiento. A los países en desarrollo se les aconseja generalmente convertirse en sociedades de conocimiento innovador.

Cualquiera que sea el paradigma de desarrollo que uno prefiera, existe un consenso creciente —en la literatura, las políticas y las prácticas actuales— en torno a la tesis de que el desarrollo social requiere información y conocimiento. La Cumbre Mundial de la Organización de las Naciones Unidas sobre la Sociedad de la Información (diciembre de 2003 en Ginebra y fines de 2005 en Túnez) pondrá esto en el primer plano de la política internacional.

La ironía de este asunto radica, por supuesto, en que las sociedades siempre han sido sociedades de información y conocimiento. Incluso las llamadas sociedades primitivas siempre han tenido acceso a una abundancia de información y conocimiento local detallado y pertinente sobre su entorno y sus recursos. Por ejemplo, el conocimiento sobre las propiedades específicas de las plantas y animales era y es crucial para su supervivencia. Sin embargo, éste se ve cada vez más socavado por el emergente régimen mundial de protección de la propiedad intelectual. Existen pruebas crecientes de que las disposiciones legales del Acuerdo de la OMC sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC 1993) obstaculizan el desarrollo independiente del conocimiento en las sociedades en vías de desarrollo y facilitan el saqueo de sus recursos de conocimiento (por ejemplo, de sus recursos biogenéticos). El nuevo régimen presta poca atención al conocimiento de los pueblos indígenas y los deja muy vulnerables a los reclamos externos. Por consiguiente, en muchos países pobres, el conocimiento local se explota para la fabricación de fármacos sumamente rentables sin el consentimiento informado de la población local.

En este artículo deseo atraer la atención hacia la observación de que todo este énfasis en la información y el conocimiento parece soslayar, en gran medida, la pregunta fundamental de si la información y el conocimiento son efectivamente los recursos que los procesos de desarrollo social más necesitan. Esto se debe cuestionar a la luz de los mitos generalizados en los que se basa gran parte del pensamiento sobre las sociedades de la información y el conocimiento.

Un supuesto muy común es que mientras el acceso a recursos como la tierra y el capital siempre ha sido restringido, todos tendrían acceso a la información y el conocimiento. Sin embargo, una serie de factores frustran esta expectativa.

En muchos sectores sociales (salud o finanzas, por ejemplo), la información y el conocimiento se vuelven cada vez más complejos y especializados. En general, esto implica que, pese al mayor volumen de información y conocimiento disponible, en las sociedades modernas son más las personas que saben menos.

Los recursos de información y conocimiento son mucho más difíciles de explotar que la tierra o el capital. La explotación del conocimiento informativo exige habilidades intelectuales y administrativas altamente desarrolladas que están desigualmente distribuidas en la mayoría de las sociedades, si no en todas. Con la proliferación de la economía neoliberal, la información y el conocimiento están —más que nunca— en manos privadas. Sus dueños, principalmente grandes empresas transnacionales, protegen su propiedad con medidas legales estrictas que promueven prácticas monopolistas e impiden una propiedad amplia de la información y el conocimiento. En la tendencia imperante hacia la mercantilización y comercialización de la información y el conocimiento, éstos pasan de ser bienes públicos a bienes que se venden con etiqueta de precio. La información y el conocimiento se están volviendo más costosos y, por lo tanto, menos accesibles para un número creciente de personas.

Otro supuesto muy generalizado, que la información y el conocimiento equivalen a poder, es muy atrayente pero gravemente errado. La información y el conocimiento se convierten en fuentes de poder solamente si es accesible la infraestructura necesaria para su producción, procesamiento, almacenamiento, recuperación y transporte, y si la gente está capacitada para aplicar la información a la práctica social y a la participación en las redes sociales que le permiten utilizar la información para favorecer sus intereses. Según este supuesto, los pueblos nunca han podido ejercer su poder debido a su ignorancia y desinformación. Sin embargo, con harta frecuencia sabían exactamente lo que andaba mal y era injusto, y estaban muy bien informados sobre la conducta indebida de sus gobernantes. Pero no actuaban y su conocimiento no se convertía en una fuente de poder, ¡porque carecían de los medios materiales y estratégicos para sublevarse!

Una línea de pensamiento muy atrayente propone que una vez que la gente esté mejor informada sobre los demás, los conocerá y comprenderá mejor y estará menos dispuesta a entrar en conflicto. Sin embargo, los conflictos mortales generalmente no son atribuibles a la falta de información. Más aún, se pueden basar en información muy adecuada que los adversarios tienen unos de otros. De hecho, se podría aducir igualmente que la armonía social obedece en gran medida al grado de ignorancia que los actores tienen unos de otros. Muchas sociedades mantienen niveles de estabilidad porque utilizan rituales, costumbres y convenciones que permiten a sus integrantes entablar interacciones sociales sin disponer de información detallada sobre quiénes son en realidad. Es muy posible que las situaciones de conflicto se susciten por la cantidad de información que los adversarios tienen sobre los objetivos y motivaciones del otro.

La mayoría de los supuestos acerca del papel y los efectos de la información y el conocimiento se basan en un modelo causa-efecto seriamente distorsionado. Ambos se conciben como variables clave

en los procesos sociales y, según cómo se manipulen, producirán determinados efectos sociales. La investigación de las ciencias sociales nos ha enseñado, sin embargo, que el intercambio de información y conocimiento no ocurre linealmente, como en los modelos simples de estímulo-respuesta que proponen relaciones lineales simples entre los *inputs* de información-conocimiento y los *outputs* sociales.

Es importante plantear estas observaciones críticas porque el pensamiento común respecto del papel de la información y el conocimiento en los procesos de desarrollo social concuerda a la perfección con el paradigma de desarrollo imperante.

Según este paradigma, el desarrollo es un estado de cosas que existe en la sociedad A y que desafortunadamente no en la sociedad B, de modo que a través de algún proyecto de intervención en la sociedad B, hay que transferir recursos de A a B. El desarrollo es, entonces, una relación entre quienes intervienen y los objetos de la intervención. Los primeros transfieren recursos —como la información y el conocimiento— a manera de *inputs* que conducirán al desarrollo social a manera de *output*.

Tal como sugiere Allan Kaplan (1999) en un trabajo sobre el desarrollo de capacidades, el enfoque convencional supone que el desarrollo se puede crear y diseñar, que es lineal y predecible, que tiene un comienzo y un fin y que, en última instancia, consiste en la "entrega de recursos".

No obstante, si entendemos el desarrollo de otra manera, tal como propone Kaplan, la transferencia de información y conocimiento ya no es el tema crucial. El núcleo de un concepto distinto del desarrollo es «el reconocimiento de que el desarrollo es un proceso innato y natural hallado en todos los seres vivos. Es importante que comprendamos, como trabajadores del desarrollo, que no "llevamos" ni entregamos el desarrollo, sino que intervenimos en procesos de desarrollo que ya existen». Contrariamente al planteamiento convencional «de lo que se trata en el desarrollo es de facilitar la iniciativa y el ingenio». Esto lleva a Kaplan a concluir que «todo el sentido del desarrollo es hacer posible que las personas participen en la gobernanza de sus propias vidas».

Si uno acepta esta postura, el énfasis que actualmente se pone en la información y el conocimiento suscita la pregunta de "¿qué pasó con la comunicación?". Resulta desconcertante que en la mayoría de los documentos para la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas sobre la Sociedad de la Información,[1] la "comunicación" haya prácticamente desaparecido. Existe el peligro real de que la Cumbre cometa el mismo error que la Conferencia Mundial sobre los Derechos Humanos de la ONU (Viena 1993), que en su Declaración Final no mencionó la comunicación, sino sólo la información y las noticias. Sin embargo, la verdadera pregunta medular es cómo dar forma a las "sociedades de comunicación". De hecho, para resolver los problemas más apremiantes del mundo no necesitamos más procesamiento de información, sino capacidad de comunicar. El mundo no requiere de "sociedades de información/conocimiento" sino de "sociedades de comunicación". Irónicamente, a medida que nuestra capacidad de procesar y distribuir información y conocimiento se extiende y mejora, nuestra capacidad de comunicar y dialogar disminuye.

El desarrollo de la capacidad de diálogo social debe ser la mayor prioridad en la agenda del desarrollo. Para resolver los problemas más apremiantes del mundo, los seres humanos no necesitan más volúmenes de información y conocimiento; necesitan adquirir la capacidad de hablar entre ellos a través de las fronteras de la cultura, la religión y el idioma.

Esto suena obvio y simplista. En la realidad, sin embargo, el diálogo es una forma de hablar sumamente difícil. En la mayoría de sociedades, la gente no tiene tiempo ni paciencia para la comunicación dialógica. El diálogo requiere la capacidad de escuchar, de quedarse callado, de no emitir juicios, de

investigar críticamente nuestros propios supuestos, de hacer preguntas reflexivas y de estar abiertos al cambio.

El diálogo no rinde un resultado seguro y de corto plazo. Eso se opone al espíritu de las sociedades modernas, orientadas al logro. Además, el requisito de escuchar es muy difícil en sociedades cada vez más influenciadas por la cultura visual, ¡y escuchar exige una cultura centrada en el oído!

Más aún, los medios masivos no son de gran ayuda para enseñar a las sociedades el arte de la conversación. Gran parte de su contenido es parloteo (hablan interminablemente sin decir nada), expresiones de odio, propaganda, frases impactantes fuera de contexto o debates polémicos.

Lo bueno de todo esto es que la capacidad de diálogo es un problema para todas las partes interesadas. Ningún grupo o país está en una situación más privilegiada que los demás. ¡Es algo que todos necesitamos aprender!

El diálogo es la respuesta fundamental a la intensificación de los conflictos que se producen en el mundo entre personas de diferentes orígenes, valores religiosos, prácticas culturales e idiomas, y que con demasiada frecuencia terminan en conflictos mortales. En la búsqueda desesperada por resolver o, más bien, evitar estos conflictos, existe en el debate público una tendencia hacia la propuesta de separar a quienes no pueden vivir en paz erigiendo muros entre ellos. Puesto que los conflictos mortales y los muros de separación no ofrecen soluciones sustentables, la única alternativa es el esfuerzo por entablar el diálogo. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que incluso los bien intencionados que dominan el arte del diálogo y están fuertemente motivados a participar en encuentros entre culturas y entre religiones, podrían no estar haciendo lo que esperan los grupos a los que pertenecen. Necesitamos tomar seriamente en consideración la posibilidad histórica de que el sueño liberal de sociedades multiétnicas y multirreligiosas viviendo en paz no sea efectivamente mas que un sueño (Dahrendorf 2002). Los grupos con una larga historia de profunda rivalidad probablemente no estarán abiertos al diálogo. Asimismo, hay que tener en cuenta que los grupos sociales se relacionan entre sí desde diferentes posiciones de poder y no deja de ser cuestionable si el diálogo entre partes desiguales es una opción real. A mayor comunicación entre partes desiguales, mayor es el riesgo de profundizar la dependencia y la impotencia de la parte más débil.

Esto indica que debemos cuidarnos de adoptar la forma dialógica de comunicación como una panacea para todos los problemas del desarrollo. Me gustaría pensar que el diálogo es más prometedor que la transferencia de información y conocimiento para lograr que la gente participe en la gobernanza de su propia vida, pero así como es necesario condicionar las expectativas en torno a la información y el conocimiento, también lo es respecto de la "sociedad de comunicación".

Conclusión

El propósito de este artículo no es negar la importancia de la información y el conocimiento en los procesos de desarrollo. La propuesta de luchar por sociedades de comunicación en lugar de sociedades de información/conocimiento no debe interpretarse como un argumento en favor de diálogos sociales entre personas sin conocimientos ni información. Hay abundancia de pruebas empíricas que sustentan la importancia del intercambio de conocimiento e información. No obstante, debemos asegurarnos de que todo el énfasis actualmente puesto en la información y el conocimiento no eclipse el entendimiento de que en el eje del desarrollo social está la comunicación en forma de conversación o diálogo. Siendo un arte complejo y difícil de dominar, la comunidad involucrada en el desarrollo debe tomarlo como su reto más importante para el siglo XXI.

Esto también supondría tener en cuenta lo siguiente. Un diálogo social eficaz no puede producirse entre personas cuyas vidas están amenazadas, que no están en libertad de hablar ni de reunirse, que no tienen medios para hacer escuchar sus voces, que no pueden hablar confidencial y privadamente, o a quienes se les niega las formas básicas de educación y participación cultural. Hay la necesidad urgente de adoptar una declaración universal sobre el derecho a la comunicación. Este derecho no existe actualmente como una disposición del derecho internacional. Ya en 1969, Jean d'Arcy introdujo el derecho a la comunicación cuando escribió: «llegará el momento en que la Declaración Universal de los Derechos Humanos deberá abarcar un derecho más amplio que el derecho del ser humano a la información [...]. Es el derecho del ser humano a comunicarse». Lo que motivó este nuevo planteamiento fue la observación de que las normas de derechos humanos actuales (por ejemplo la Declaración Universal de los Derechos Humanos o el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos) eran inadecuadas para abordar la comunicación como un proceso interactivo.

El reconocimiento internacional del derecho a comunicarse es un paso fundamental hacia el desarrollo de "sociedades de comunicación" en las que el desarrollo social equivale al derecho que tienen las personas a administrar y controlar sus propias vidas.

Notas

1 Realizada en Ginebra en 2003 y en Túnez en 2005 (NdE).

Bibliografía citada

D'Arcy, J. (1969). "Direct Broadcasting Satellites and the right to communicate" en *EBU Review*, 118.

Dahrendorf, R. (2002). "Getrennt, aber gleichberechtigt" en *Der Standard*, mayo 25.

Hamelink, C. J. (1994). *The politics of world communication*. London, Sage.

Kaplan, A. (1999). "The developing of capacity" en *NGLS development dossier*. Geneva, UN Non-Governmental Liaison Service.

PNUD (1999). *Human development report*. New York, Oxford University Press.

Hamelink, Cees (2002). "Social Development, Information and Knowledge: Whatever Happened to Communication?" en *Development*, Journal of the Society for International Development, 45 (4). Palgrave Macmillan Publishers. Reproducción autorizada por el autor.

Extracto de

Toma cinco: un puñado de condiciones esenciales para las TIC en el desarrollo

Alfonso Gumucio Dagron

a punta de lanza

Las nuevas tecnologías de información y comunicación o TIC, especialmente internet, han registrado un desarrollo muy rápido en años recientes. Desde 1995 el número de usuarios de internet se duplica cada año. En el pasado ninguna otra tecnología de información y comunicación se había desarrollado tan rápidamente. La radio tardó varias décadas en ser adoptada en áreas aisladas y pobres del mundo rural hasta que llegó a ser el medio de comunicación más importante para muchas comunidades marginadas. Mientras la televisión aún lucha por alcanzar la periferia a través de la combinación de servicios de cable y una la de satélites, el vídeo portátil ha comprobado su eficacia para propósitos educativos en el ámbito local. Por sus propios méritos, internet se ha convertido en una moda, recibe un apoyo portentoso de sectores privados y públicos, y se ha convertido en la "punta de lanza" de una revolución tecnológica que también dice ser una revolución social. Veremos hasta qué punto es o no es verdad.

Simbiosis

El tema más importante e interesante, relacionado con la expansión rápida de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en los países del Tercer Mundo,[1] no es internet en sí, sino el potencial de su interacción con otros medios electrónicos como la radio y la televisión. Esta convergencia es sin duda la mejor opción para el futuro inmediato, si consideramos que las nuevas TIC llegaron para quedarse. Las tecnologías basadas en internet tendrán que aprender de la experiencia de cincuenta años de la radio comunitaria, si pretenden llegar a ser la herramienta para el cambio social que se espera. Paralelamente la radio y la televisión se beneficiarán sin duda de la velocidad y el alcance ofrecidos por las nuevas TIC. Esta simbiosis ya está cambiando el enfoque de desarrollo de la tecnología en los países industrializados, pero los conceptos sociales que deberían servir como fundamento para este trabajo, están quedando atrás.

La radio es la herramienta de comunicación más adecuada para el desarrollo, especialmente en el contexto rural. No sólo es un mecanismo importante para la divulgación de información para el desarrollo, en idiomas locales, y en áreas dispersas y remotas geográficamente, sino que es una herramienta importante también para reforzar y fortalecer las expresiones culturales y las identidades étnicas. Más aún, la radio puede servir como plataforma para la discusión democrática y para la expresión pluralista de las ideas y las aspiraciones de las comunidades rurales. Es un medio importante para lograr una toma de conciencia más profunda sobre temas sociales y para la recolección de datos sobre asuntos vinculados al desarrollo local. Puede contribuir al fortalecimiento de la identidad a través de la recuperación de la memoria y la historia comunitarias.

¿Pueden hacer lo mismo las nuevas TIC? Deberían y deben hacerlo, si pretenden ser sostenibles y contribuir al cambio social y el desarrollo.

Las nuevas TIC, un campo de ensueño

Se proclama que las nuevas TIC son la solución esperada desde hace mucho tiempo para los pobres del mundo. Algunas organizaciones demasiados optimistas o que no están al tanto de las experiencias concretas en este campo, inclusive evocan la «oportunidad única de saltar hacia el futuro rompiendo décadas de estancamiento y deterioro» (Banco Mundial 1996). El argumento es que las nuevas TIC pueden fácilmente transmitir a los marginados, a los pobres y a los subdesarrollados, la verdad sobre el desarrollo y la información que les iluminará para tomar, por sí mismos, los pasos necesarios para mejorar sus condiciones de vida.

Se ve a las nuevas TIC como el fuego del conocimiento brindado generosamente a los condenados de la tierra por astutos Prometeos de los países industrializados (Gumucio Dagron 2002). Sin embargo, los Prometeos modernos deberían saber que este intento se parece demasiado a la fracasada *difusión de innovaciones* que estuvo en boga en los años 1960s y 1970s, particularmente en los programas de extensión agrícola. En palabras de Kunda Dixit (1999):

> «Como el negocio de la moda, el debate sobre el desarrollo del Tercer Mundo parece pasar por novedades y estilos. Los mantras vienen y los mantras se van. Ahora la palabra más repetida de esta jerga es "conocimiento". El mundo de hoy es una *sociedad del conocimiento*, nos dicen, y la brecha global entre los que tienen y no tienen conocimiento va creciendo, por lo tanto la única forma de dar a los pobres la oportunidad de alcanzar al resto del mundo es bombardearles con más conocimiento, con computadoras y a través de internet».

Entre los riesgos, agrega Dixit, está el hecho de que «el entusiasmo sobre el conocimiento podría tentarnos a considerar a los sistemas modernos de conocimiento como los únicos merecedores de atención».

Un poco de perspectiva histórica nos podría ayudar a evitar los mismos viejos errores y entender mejor las raíces profundas de la pobreza. Las causas reales del subdesarrollo son la injusticia social, la explotación de los países pobres por los países ricos y, en cada país, la explotación de los pobres por las clases privilegiadas que controlan el gobierno, las instituciones financieras, los servicios y el sector productivo. El conocimiento por sí solo no cambiará esa situación.

«*Si lo construyes, vendrán.*»[2] En el campo de ensueño de los promotores de las nuevas TIC, la imagen es bastante simplista: las nuevas TIC y la conectividad de internet son *per se* la solución para la pobreza y el subdesarrollo. Pongamos al alcance de los pobres, computadoras y conectividad, y como por arte de magia, la pobreza será derrotada. Algunos consultores internacionales se sienten muy importantes cuando llegan a las aldeas más aisladas de Malí o de Bolivia con una computadora portátil bajo el brazo. Muestran la pantalla mágica en acción de la misma forma como los españoles mostraron espejos brillantes para subyugar a los incas o a los aztecas durante la conquista de América.

En el proceso de generar ideas —o apropiarse de ellas— a los académicos, a los magos de los negocios y a los burócratas del desarrollo en Europa y América del Norte les encanta inventar nuevas siglas y una jerga especializada para nombrar lo ya nombrado, lo que por lo general ya existe. Estamos envueltos en una nueva moda: escribir una "e" —para electrónico— antes de casi todos los sustantivos: *e-comercio*, *e-salud*, *e-aprendizaje*, *e-apoyo*, *e-gobierno*, *e-mail*, *e-foro*, *e-grupos*... Se ha llegado hasta el extremo de introducir el *e-desarrollo*. Peter Ballantyne (2001) sugiere que la *e* debería representar a *eficaz, empoderado y eficiente*.

El desarrollo es algo mucho más complejo que sembrar nuevas TIC en áreas rurales pobres o en barrios urbanos marginales. Si fuera tan sencillo no habríamos visto los eventos dramáticos de Argentina a principios de 2002. Un país con un buen nivel de desarrollo, a la cabeza en la adopción de las nuevas tecnologías, con una extensa red de electricidad y de telefonía, se encontraba en medio de una pro-

funda crisis económica y social, retrocediendo en vez de saltar hacia el futuro.[3] Las nuevas tecnologías no son la solución mágica para todo.

No es la primera vez que confrontamos la creencia de que la tecnología es la panacea para el cambio económico y social. Quienes han trabajado los temas del desarrollo en los últimos treinta años conocen muy bien las teorías de la *difusión de innovaciones* con las que los países subdesarrollados alcanzarían como por arte de magia al mundo industrializado, gracias al uso de la tecnología moderna suministrada generosamente por las agencias internacionales. Detrás de esa receta, había la presunción de que el conocimiento era un privilegio de las naciones industrializadas y de que los países del sur no poseían conocimientos suficientes. Esa simplicidad de razonamiento sólo podía existir en el campo de ensueños donde los que saben muy poco sobre la realidad de los países del Tercer Mundo, creen saber lo que conviene para ellos.

A riesgo de repetir lo que todos ya sabemos, debemos recordar a los promotores a ultranza de las nuevas TIC que cuando tratamos con la tecnología sólo estamos manejando instrumentos y no estamos alterando *per se* las estructuras sociales, económicas o culturales. Un cuchillo sólo es un cuchillo, una herramienta que se puede usar para herir a alguien, cortar un jugoso bife de chorizo o esculpir una bella escultura de madera. Los contenidos y los patrones de uso y aplicación hacen la diferencia. Algunas organizaciones lo reconocen y promueven una *visión social* de las nuevas TIC:

> «Está claro que las TIC no son una condición ni necesaria ni suficiente para el desarrollo. Sin embargo también es evidente que las TIC, promovidas primero que todo por intereses comerciales, están aquí para quedarse. Por tanto es urgente fortalecer una visión social que ponga internet al servicio del desarrollo. La visión social que se propone descansa sobre cuatro elementos centrales: 1) Ir más allá de la conectividad; 2) Promover entornos favorables; 3) Minimizar amenazas y riesgos; y, 4) Maximizar los resultados positivos. En la visión social propuesta, las TIC no son inherentemente necesarias ni beneficiosas. El desafío es precisamente poder decir cuándo y bajo qué condiciones internet puede contribuir al desarrollo» (Gómez y Martínez 2001).

Las prioridades del desarrollo deberán ser analizadas—ojalá por los *beneficiarios*— antes de decidir cuál es la tecnología apropiada, dónde y cómo. Las comunidades deben adaptar la tecnología a sus necesidades y a su cultura, y no lo contrario.

A pesar de ello, recordemos que la mayoría de las experiencias de las nuevas TIC en el ámbito comunitario tienen pocos años de desarrollo. Es demasiado pronto para clamar victoria y demasiado pronto para descartarlas, pero no tan temprano como para preguntarnos si estas experiencias pueden ser sostenibles y benéficas para las comunidades cuando los insumos externos sean retirados. Actualmente las nuevas TIC en los países del Tercer Mundo representan experimentos con un gran potencial. Lo que se describe en los documentos de proyecto bien intencionados y en los informes triunfalistas que se presentan a los donantes es una cosa. Otra cosa, quizás muy diferente, es lo que realmente está ocurriendo en las comunidades.

Veamos, entonces, las condiciones esenciales y no negociables para las TIC en el desarrollo:

Propiedad comunitaria

Problemas

Una mirada rápida al gran número de experiencias basadas en internet y desarrolladas durante los últimos años (los llamados "telecentros", "cabinas públicas", "telecasitas",[4] "telechozas", "centros digitales", "kioscos de información", "info-centros", "info-plazas", "tiendas de información", "centros multimedia comunitarios",[5] "centro de conocimiento comunitario",[6] entre otros nombres)[7] indica que la mayoría se iniciaron con muy poca preocupación

por la participación y la apropiación por parte de la comunidad. La competencia entre organizaciones públicas y privadas para "conectar" a los países subdesarrollados tiene como resultado la llegada "en paracaídas" de miles de computadoras a zonas que no cuentan siquiera con agua potable ni electricidad. Una evaluación de las nuevas TIC para el desarrollo realizada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en el año 2000, revela que muchos proyectos han sido implementados sin ninguna consulta con las comunidades. Y entre los resultados aparece que:

- Sólo se encontró un número limitado de iniciativas TIC bajo liderazgo comunitario y éstas casi no tenían visibilidad.
- Rara vez se realizan diagnósticos participativos sobre las necesidades de la población antes del establecimiento de los telecentros.
- Es más frecuente el énfasis en proveer acceso que encontrar formas innovadoras para que las nuevas TIC respondan a las necesidades de las comunidades y de los grupos locales.
- Las prioridades de muchos de los proyectos de TIC tienden a ser influenciadas más por los intereses de organizaciones externas que por las de organizaciones comunitarias.
- Los ejes temáticos reflejan con frecuencia un enfoque económico orientado hacia el mercado.
- No hay participación local en la creación de los contenidos y en la selección de las herramientas de nuevas TIC.
- Existen muchos telecentros donde las computadoras están disponibles, pero el proceso de apropiación local es inexistente por la falta de una mayor toma de conciencia, de habilidades para manejar las TIC y de mejores niveles de alfabetización (Michiels y Van Crowder 2001).

Sabemos de proyectos de nuevas tecnologías que han cerrado luego de uno o dos años porque las computadoras fueron robadas o se deterioraron tan rápidamente que había que remplazarlas. Es más probable que esto ocurra cuando las comunidades no se sienten dueñas del proyecto, y no consideran que las instalaciones sean esenciales para su desarrollo social y económico. No tiene tanto que ver con la supervisión externa (aunque puede ayudar) como con la concientización comunitaria y la apropiación social del proyecto.

Desafíos

El involucramiento de las comunidades en proyectos de nuevas TIC instalados para su beneficio —o en cualquier otro proyecto que tenga como objetivo el desarrollo social y económico— es la primera precondición no negociable.

Hay mucho que aprender de la experiencia de las radios comunitarias. No podemos hablar del cambio social sin participación comunitaria y ésta debería ocurrir desde las primeras discusiones sobre el eventual apoyo con nuevas tecnologías a una región en particular. Ciertamente, no basta decidir únicamente con las autoridades gubernamentales, ni siquiera con las autoridades locales. Puede parecer el camino más corto para comenzar un proyecto, pero el síndrome de "tomar atajos" que caracteriza a algunos promotores de nuevas TIC podría acarrear más daños que beneficios, porque no se trata de una carrera de cien metros donde la velocidad lo es todo. Los proyectos de desarrollo se parecen a una maratón y no se alcanzará la meta si se gasta toda la energía en los primeros cien metros. Como dice Simon Batchelor:

> «Mucha gente reconoce hoy que trabajar de afuera hacia adentro es una receta para programas insostenibles. Los programas que toman en cuenta la capacidad local comienzan en el centro y planifican hacia fuera. A pesar de ello, parece que muchos programas de TIC y proyectos comienzan también en las capas externas de la "cebolla" y los agentes externos invierten recursos significativos a partir del reconocimiento general de la necesidad de información y comunicación. Se instalan las computadoras, se establece la infraestructura y se facilitan algunos salarios para arrancar pronto el proceso de recuperación de los costos».

Al igual que en cualquier otro programa de desarrollo, un proyecto de nuevas tecnologías o de radio comunitaria debería discutirse y analizarse con representantes de las comunidades. La primera pregunta que habría que hacer, es si tienen interés en este tipo de proyecto. Muchas comunidades rurales y algunas urbanas podrían preferir tener primero agua potable y electricidad, en lugar de computadoras.[8] Si los líderes de la comunidad son representativos de una amplia gama de sectores sociales (jóvenes, mujeres, líderes tradicionales, proveedores de servicios, autoridades locales, etc.) y creen que las TIC son importantes, la discusión se debe enfocar en cómo desarrollar el proyecto y particularmente cuál sería el papel y la responsabilidad de la comunidad.

La comunidad podría donar la tierra y asumir la construcción y el mantenimiento del lugar donde se instalarán las computadoras y/o la emisora de radio, y podría reclutar voluntarios para operar el proyecto. Lo hemos visto en el pasado con las emisoras comunitarias tanto en las zonas rurales como en las urbanas. Si consideramos las perspectivas de sostenibilidad desde un punto de vista que no se limite a la generación de ingresos, descubriremos que involucrar a la comunidad y desarrollar su sentido de apropiación del proyecto, es la mejor garantía para la seguridad y el funcionamiento continuo del equipo.

A través de proyectos de nuevas tecnologías o de radio comunitaria, o cualquier otro proyecto de comunicación que verdaderamente busque catalizar el proceso de cambio social, se abre la oportunidad de contribuir al proceso de organización comunitaria. Se puede formar un comité local compuesto por personas representativas de varios sectores sociales para supervisar las actividades del centro multimedia.[9] Ese mismo comité podría asumir la responsabilidad de conducir ciertas tareas relacionadas con los contenidos, como muchas veces sucede con las emisoras de radio comunitaria, donde una enfermera está a cargo de un programa de salud, el maestro prepara una serie sobre temas educativos, los líderes de una cooperativa rural buscan información útil para los campesinos productores, y los líderes juveniles se ocupan de la música y de los temas que interesan a sus pares.

Simón Batchelor hace una crítica correcta cuando utiliza el ejemplo de "planear como una cebolla" y cuando señala la diferencia entre los programas de desarrollo que se planifican desde fuera de la comunidad y no a partir de ella. La actitud arrogante de los planificadores, convencidos de que saben más sobre las necesidades de la comunidad, ha resultado en décadas de fracasos en el desarrollo.

Esto no quiere decir que las comunidades tengan siempre la razón y que su palabra sea sagrada. En el trabajo de desarrollo aprendemos a distinguir entre las necesidades *reales* de una comunidad y las necesidades *sentidas*. Por ejemplo, las comunidades pueden fácilmente identificar la necesidad de agua o de caminos, pero no necesariamente las necesidades de inmunización y educación (y mucho menos la necesidad de nuevas TIC). El diálogo entre la comunidad y los planificadores es la clave. Las comunidades pocas veces son homogéneas, o completamente democráticas; como cualquier grupo humano o social están fracturadas en sectores con diferentes intereses económicos y sociales. El desafío es facilitar un diálogo a través de un proceso de participación democrática.

Contenido local

Problemas

Se ha dicho muchas veces: el 90% del contenido de la Word Wide Web es completamente ajeno al 90% de la población del mundo. En cuanto a "proveer conocimientos a los pobres" es una batalla perdida, a menos que se cambie completamente la perspectiva. La paradoja es aún más evidente cuando consideramos la utilidad de la red para las comunidades rurales en el Tercer Mundo. Los estudiantes de secundaria, profesores o profesionales en Islamabad, Río de Janeiro o Dakar encuentran sin duda que la red es muy útil, particularmente si dominan el inglés, pero ¿qué pasa con una mujer que trabaja en una fábrica o con un campesino pobre? ¿Qué información de la red puede interesarles? ¿Dónde está ese conocimiento que pueden utilizar en su propio beneficio?

Una de las ilusiones del internet es que por el hecho de no tener una administración centralizada, cualquiera tiene la libertad de adaptarlo según sus necesidades. En realidad, internet está controlado en gran parte por intereses comerciales. La *red* (Word Wide Web) de hoy se parece mucho a la televisión por satélite o por cable en cuanto a contenidos. Años atrás nos vendieron el espejismo de que la televisión por satélite y por cable brindaría mejores opciones de programas y más diversidad de información a todo el mundo. Hoy sabemos que sólo contribuyó a imponer una mirada hegemónica, una imagen única de cómo debería ser la vida, y una visión muy estrecha de la sociedad y de la realidad. El resto del mundo sólo aparece como imágenes exóticas en documentales científicos o de aventura. Las corporaciones que regulan el flujo de información en los países industrializados y periféricos también han capturado al internet. Para aterrizar en algún pequeño oasis que sea diferente, es necesario navegar por los laberintos más inverosímiles.

Varios informes sobre telecentros o centros multimedia en África, Asia y América Latina indican que los principales usuarios son estudiantes o profesores, y no las personas más pobres de las comunidades. También indican que los servicios más utilizados en estos centros multimedia son el teléfono, los periódicos, la fotocopiadora, el fax o la computadora, pero no el internet ni la red. Es más, muchos de los telecentros de África no ofrecen todavía acceso a internet y en realidad funcionan como cabinas telefónicas, talvez con una o dos computadoras disponibles para el procesamiento de textos. Cuando internet está disponible, los estudiantes y maestros rurales suelen usarlo para "chatear" o para enviar mensajes de correo electrónico (cuando tienen con quien comunicarse), pero los demás grupos sociales, que constituyen la gran mayoría, visitan los telecentros sobre todo para usar los otros servicios ofrecidos.

Desafíos

El desarrollo de contenidos locales es la condición no negociable más importante para el uso de las nuevas TIC en los procesos de cambio social y en el progreso material de comunidades urbanas o rurales.

El océano de "conocimiento" de la red mundial no corresponde a las necesidades de la mayoría de la población. Cada país es diferente, tiene necesidades distintas y dentro de cada país —particularmente en el Tercer Mundo— la diversidad de culturas y problemas demanda enfoques específicos. Necesitamos inventar y multiplicar mini-redes, pequeñas redes (*webs*) geográficas o comunitarias locales para que la red sea realmente amplia *(wide)* y útil para la mayoría de la población en el planeta.

Una vez más, la radio comunitaria nos puede enseñar mucho sobre la pertinencia local. Solamente el desarrollo de contenidos locales puede establecer una diferencia radical entre los telecentros para usos sociales y los cibercafés que sirven a una clientela que ya sabe qué, dónde y cómo buscar la información que necesita. Los cibercafés no necesitan desarrollar un contenido específico porque sus clientes corresponden al perfil del usuario típico de internet: varones, urbanos, menores de treinta años de edad, con educación, que hablan inglés y son parte de los grupos privilegiados minoritarios de la sociedad.

Los cibercafés ofrecen acceso a internet, pero los telecentros orientados al desarrollo deberían además generar información local y regional y ponerla a disposición de la comunidad. "Un telecentro podría llegar a ser un auxiliar clave para una escuela y una clínica, ofreciendo educación continua para

los profesores locales, los enfermeros y médicos si los hay" (Scott 2000). Para adecuarse a sus usuarios —de nuevo siguiendo el ejemplo de la radio comunitaria— varios proyectos de nuevas TIC que operan a partir de la comunidad, producen contenidos locales apropiados a la población específica: campesinos, pescadores y otros grupos que pocas veces son tomados en cuenta en los cibercafés comerciales. Entre los ejemplos de este enfoque, están los Centros de Conocimiento Comunitario en Chennai, India (Gumucio Dagron 2001).

No es difícil anticipar la simbiosis entre la radio comunitaria e internet. Algunas emisoras de radio comunitaria ha asumido el liderazgo para aprovechar la convergencia tecnológica. La Radio Comunitaria de Kothmale en Sri Lanka es una de estas que utilizan internet para responder a la demanda de información de sus oyentes. La radio recibe solicitudes, busca en internet la información con contenidos importantes para las comunidades y divulga esta información, traducida a los idiomas locales.

Tecnología apropiada

Problemas

Una de cada tres personas en el mundo carece de electricidad, y el agua potable es un recurso escaso en gran parte de la tierra; esto nos ayuda a recordar que las computadoras todavía son un lujo. La moda es algo costoso, llámese Versace o Microsoft, y la moda de "sembrar" computadoras por el Tercer Mundo tiene un costo sumamente elevado. ¿Cuánta tecnología o qué nivel de sofisticación tecnológica necesitamos, por ejemplo, en un telecentro público rural? En Centroamérica he visto escuelas rurales con pocos alumnos, equipadas con cinco o seis computadoras de último modelo, que se usan quizás en un cinco por ciento de su capacidad. ¿Qué criterios se aplican, sí los hay, para determinar el tipo de *hardware* y *software* que habría que adquirir?

La radio y la televisión han conocido también —y ojalá hayan aprendido de ellas— las distorsiones causadas por planificadores que mecánicamente aplican sus experiencias de Europa y América del Norte en los países de África o Asia. Un símbolo del desperdicio y de la distorsión en algunos proyectos de comunicación, son las *OB Vans* (*Outdoor Broadcast Vans*), enormes unidades móviles para transmisiones de televisión en vivo que vi en Burkina Faso a fines de los años 1980s, abandonadas en los patios de las emisoras de televisión, con sus llantas sin aire y casi engullidas por la vegetación crecida a su alrededor. Algunas aún estaban en condiciones de funcionar, pero no como unidades móviles, sino como cabinas fijas de transmisión. El propósito de ser móviles no tuvo éxito porque las difusoras nacionales nunca pudieron cubrir los costos de operación y mantenimiento, ni siquiera para parchar las llantas.

La vida útil de los equipos de computación es mucho más limitada si se compara con los equipos analógicos de radio, que solían durar diez a quince años. Las computadoras rara vez sobreviven más allá de los cinco años y si logran durar tanto, probablemente estarán obsoletas, no podrán usar el nuevo *software*, ni conectarse con otras redes más recientes. ¿Qué nivel de sofisticación deberán tener las computadoras que se instalan en los nuevos telecentros, especialmente en las áreas rurales con muy poca historia y experiencia en manejar las TIC? ¿Qué porcentaje de la capacidad del *hardware* y del *software* será utilizado durante los dos o tres años de la vida útil del equipo? ¿Se pueden reparar las computadoras localmente? ¿Hay disponibilidad de repuestos? ¿Dónde se puede comprar una computadora diseñada para durar en vez de ser descartada al poco tiempo?

Desafortunadamente, el *modus operandi* del financiamiento para el desarrollo no sigue un razonamiento crítico, ni aplica criterios racionales. En el momento en que se asignan los fondos para un proyecto, tienen que ser "ejecutados", aun si esto significa comprar equipos inapropiados. En la

medida en que los principales actores del mundo en desarrollo, por ejemplo, el Instituto por una Sociedad Abierta (Fundación Soros), el Banco Mundial o la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por su sigla en inglés), sigan compitiendo por ganar territorios y por ejercer su influencia política, no hay posibilidades de que las cosas mejoren; a menos que otros actores internacionales, por ejemplo el Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID/IDRC), la Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC) y One World —mejor conocidos por sus contenidos y propuestas que por sus recursos de financiamiento— puedan incidir positivamente en la tendencia general.

> «Actualmente internet está dirigido fuertemente por las fuerzas comerciales, y el sector de internet en los países en desarrollo actualmente es altamente competitivo, rentable y con probabilidades de florecer con o sin la ayuda de donantes. Aún en los países más pobres hay suficiente demanda de internet, lo cual permite que sea un negocio viable, incluso altamente rentable. Si el mercado asegura el crecimiento rápido de internet, los donantes y las ONG necesitan garantizar el acceso y los beneficios para la población menos favorecida (Panos 1998).

Desafíos

La tercera condición no negociable de las nuevas TIC para el desarrollo y el cambio social es el uso de herramientas apropiadas: una tecnología adecuada a las necesidades de las comunidades y no sólo en cuanto a estándares técnicos, sino también en cuanto a su utilización, aprendizaje y apropiación.

Las herramientas son apropiadas cuando la comunidad desarrolla un sentido de propiedad, a través de un proceso continuo de apropiación del proyecto. Esta apropiación no debería entenderse como una simple adopción de la tecnología ni como el desarrollo de destrezas para operar el *hardware* y el *software*. La adquisición de destrezas es un paso importante, pero no es el último. Otros asuntos son igualmente importantes tales como la gestión, la producción de contenidos locales, los métodos de investigación, las actividades de capacitación y de extensión comunitaria para mencionar sólo unos cuantos.

¿Por qué usar un Rolls Royce para ir a la tienda de la esquina a comprar el pan cuando con una bicicleta se puede hacer lo mismo y además ser sostenible? Los promotores a ultranza de las TIC no parecen entender este concepto que ha estado en el mundo del desarrollo desde los años 1950. La terminología sobre la tecnología apropiada nació después de décadas de fracasos con enormes construcciones para el desarrollo que se convirtieron en elefantes blancos, estructuras inútiles y vacías que nunca lograron funcionar para el beneficio de las comunidades. Existe abundante literatura con información sobre las oportunidades perdidas para el desarrollo, lo cual tiene que ver sobre todo con la planificación vertical y las inversiones en gran escala.

Tal como lo han hecho muchas pequeñas emisoras de radio comunitaria, lo razonable sería comenzar un telecentro o un centro multimedia con *hardware* y *software* básicos y observar, durante uno o dos años, si realmente hay necesidad de incrementar el equipamiento. Las nuevas tecnologías ofrecen una amplia gama de opciones, pero desafortunadamente muy pocos planificadores o asesores externos las toman en consideración. Muchos están anclados en Microsoft y en costosas computadoras con procesadores marca *Intel*, y no consideran otras opciones como por ejemplo el Simputer, una computadora desarrollada en la India que se vende por 100 dólares, o Linux, el sistema operativo gratuito que permite a cualquier computadora convertirse en un servidor.

No obstante, para que las emisoras de radio comunitaria converjan con internet, las necesidades pueden ser más sofisticadas. Se necesitará más velocidad, mejor conectividad, más memoria y capacidad de almacenamiento. Es más conveniente editar y guardar programas de radio en forma digital. Las

computadoras son de enorme ayuda para diseñar la programación y para limitar el manejo manual de casetes, cintas y CD. Muchas pequeñas emisoras comunitarias en el Tercer Mundo ya tienen computadoras y las han usado para mejorar la calidad técnica de su trabajo. Otras tienen sitios en la red con información sobre su programación, incluyendo programas de audio grabados o en vivo.

Lengua y pertinencia cultural

Problemas

Hace sólo cinco años, aproximadamente el 90 por ciento de todas las páginas de la red accesibles a través de internet, estaban en inglés. Hoy, según estudios recientes, esta proporción se ha reducido a 50 por ciento, lo cual es aún alto si consideramos que de los 6.000 millones de personas que hay en el mundo, sólo 341 millones hablan inglés como primera lengua. El español es la lengua materna de 358 millones de personas, pero sólo representa el 5,62 por ciento de las páginas en la red (Pimienta y Lamey 2001). El inglés no es la lengua más hablada en el mundo pero sí es la más representada en internet, hasta tal punto que los sitios en la red de muchos países europeos que no son de habla inglesa, son publicados con frecuencia en este idioma.

Esta situación está evolucionando muy rápido. internet sigue creciendo más aceleradamente en América Latina que en los Estados Unidos y Europa, y desde 1999 la cantidad de contenidos en castellano ha aumentado significativamente. Esto puede ser una señal optimista para los principales idiomas modernos, pero ¿qué pasa con el resto? ¿Dónde queda, en la red, el resto de los más de seis mil idiomas del mundo? y ¿cuántos más van a desaparecer, antes de que ocupen un lugar en el ciberespacio?

La lengua sólo es la punta visible del iceberg. La cultura es su masa escondida bajo la superficie. Ni el internet ni la World Wide Web representan la rica diversidad de culturas de nuestro mundo. Además, la expansión de internet en las condiciones actuales actual puede incluso contribuir a la aniquilación de las culturas subrepresentadas. Como señala un informe del CIID/IDRC:

> «El contenido, el idioma, la clase y la cultura, que dominan en internet pueden tener efectos negativos al generar una uniformidad de ideas, preferencias y visiones del mundo. La ilusión de incrementar el pluralismo y la democracia, producida por la capacidad interactiva de internet puede ser engañosa si de hecho refuerza las relaciones centralizadas de control y dominación existentes en la sociedad (Gómez y Martínez)».

Es difícil medir la presencia de las diversas culturas en internet y algunos intentos recientes más bien confunden y son demasiados subjetivos. Por ejemplo, el hecho de que ciertas estrellas de cine o cantantes de origen latino tengan una presencia importante en internet no es un indicador de la diversidad cultural. ¿Cuánto contribuyen a la diversidad cultural Ricky Martin, Antonio Banderas o Santana, todos ellos artistas conocidos por sus éxitos en los Estados Unidos?

Si la cultura está en el alma del desarrollo y del cambio social, cuán más bello sería, por ejemplo, ser testigos del surgimiento en internet del "octavo arte", algo tan nuevo, novedoso y culturalmente adaptable que pudiera repetir la hazaña extraordinaria de las otras artes para contribuir verdaderamente al avance de los valores humanos.

Desafíos

La cuarta condición no negociable e importante para los proyectos de TIC en el contexto del desarrollo y del cambio social es, entonces, la pertinencia de la lengua y de la cultura.

Sin la presencia de culturas y lenguas locales no hay ninguna posibilidad de que las TIC contribuyan al progreso de las comunidades. La identidad lingüística y cultural será el centro de cualquier intervención exitosa con las nuevas TIC.

La historia nos ha enseñado que es saludable para las culturas mezclarse y evolucionar a través de un proceso del diálogo e interacción. Ninguna gran cultura ha quedado "pura" sin "contaminarse" de otras. Las interacciones culturales son responsables de algunos de los hitos en el avance de la humanidad. Sin embargo, la época de la electrónica ha hecho que las condiciones de los "intercambios culturales" sean demasiado desequilibradas, tan desiguales como aquellas que caracterizan los intercambios comerciales internacionales. Las reglas del juego son impuestas unilateralmente por los más fuertes. Las culturas ya debilitadas y divididas son fácilmente aniquiladas por el maremoto del mercado.

Equilibrar la interacción cultural en el ciberespacio no una es tarea fácil. Aun si llegáramos a un punto donde se encuentren más páginas en la red producidas con contenidos que representan mejor nuestra diversidad cultural, siempre tendremos la tarea de hacerlas visibles. La red es más un océano que una biblioteca. Cuesta mucho pescar la información apropiada porque, por ejemplo, la mayoría de los motores populares de búsquedas, priorizan las páginas que recientemente tuvieron más visitas, no necesariamente las mejores páginas sobre un tema particular. Muchas de las páginas que aparecen en primer lugar son sitios comerciales que han pagado a los motores de búsqueda para poder aparecer en la página en una mejor posición. Es difícil encontrar en la red un sitio que use una lengua "marginal", aun para aquellos que comparten esa lengua, mucho más si el tema de ese sitio es culturalmente irrelevante para la corriente hegemónica en internet.

Esta situación sólo mejorará si se producen más y mejores contenidos locales. Necesitamos cientos de miles de nuevas páginas que reflejen la diversidad de culturas y lenguas, páginas que revivan la memoria de las comunidades, su historia colectiva, sus expresiones artísticas, del pasado y del presente. La radio comunitaria ha tenido ese papel durante las últimas décadas y ha sobrevivido a la presión de la radio comercial. Por eso es tan importante que las nuevas TIC retomen los aprendizajes de estas experiencias.

La convergencia de la radio e internet proporciona ejemplos útiles de cómo crear contenido local relevante a las necesidades locales y también a la cultura local, y cómo devolver este contenido en lenguas locales. Los Centros de Conocimiento Comunitario en la India, la Radio Kothmale en Sri Lanka, y Púlsar en América Latina son algunos ejemplos de experiencias de las cuales hay que aprender.

Convergencia y redes

Problemas

Surgidos de la nada, muchos proyectos de nuevas TIC caen sobre comunidades donde no existe una historia previa de participación local en las iniciativas de desarrollo, donde no se plantea ninguna convergencia con otros programas para el desarrollo y el cambio social, ni con las organizaciones comunitarias existentes, ni con los medios de comunicación locales, ni con otros proyectos de TIC que comparten metas similares. ¿No sería mucho más razonable buscar alianzas institucionales con organizaciones locales, con medios comunitarios existentes, con bibliotecas públicas y escuelas y con proyectos que ya inciden en el tejido social, cultural, político y económico de la comunidad?

Se ha cuestionado muchas veces a los proyectos de nuevas TIC que comienzan sin ninguna conexión con otras iniciativas. «Es más beneficioso utilizar a las TIC para fortalecer y complementar prácticas existentes que promover nuevas actividades con el principal propósito de usar las mismas TIC. En este sentido, la creación de telecentros que están desconectados de organizaciones e iniciativas existentes en las comunidades tiene pocas posibilidades de contri-

Sociedad de la información y derecho a la comunicación

buir al desarrollo» (Gómez y Martínez). Sin embargo, continúa sucediendo. La causa de tantos fracasos puede ser el aislamiento de los proyectos de TIC de otras iniciativas con fines y perspectivas similares.

Necesitamos romper también el concepto occidental de la relación aislada y cerrada entre el individuo y la computadora, para evolucionar hacia el uso colectivo de las nuevas TIC. Muchas veces los proyectos de telecentros reproducen el patrón del individualismo. Puede haber varias computadoras y personas en un mismo lugar pero eso no cambia nada. Desde el punto de vista de la sostenibilidad es fundamental visualizar una comunidad más amplia de redes de usuarios con intereses similares.

Varios autores y organizaciones han observado el riesgo de construir redes que separan a los seres humanos y establecen patrones de comunicación que sólo están mediados por la tecnología y no por los valores humanos. «¿No será que la red del futuro se convertirá en una red amplia y fragmentada de individuos aislados —abejas humanas en sus celdas— interactuando con datos e información en vez del uno con el otro?» pregunta el Consejo Pontificio para la Comunicación Social (McDonnell 2001). «Debemos asegurarnos que la comunidad virtual esté al servicio de las comunidades reales, en lugar de sustituirlas» agrega el Arzobispo Anglicano de Canterbury, Dr. George Carey.

Desafíos

La convergencia y el trabajo en redes son condiciones no negociables para la sostenibilidad a largo plazo. Los proyectos de TIC que están convergiendo hacia otros proyectos de comunicación, como por ejemplo la radio comunitaria, tienen mejores posibilidades de éxito, porque heredan una larga experiencia acumulada y una amplia historia de desarrollo y participación. Igualmente, por las mismas razones antes mencionadas, las iniciativas que utilizan las TIC para complementar proyectos de desarrollo social existentes, tienen más probabilidades de ser aceptadas por la comunidad y fortalecer actividades hacia el cambio social.

Esto recuerda algunos ejemplos importantes de convergencia entre las nuevas TIC y las instituciones o medios de comunicación locales. En Perú, el Intermediate Technology Development Group (ITDG) apoya al proyecto InfoDes donde las TIC convergen con las bibliotecas rurales públicas. También en América Latina, Púlsar utiliza internet para alimentar a los noticieros regionales de cientos de emisoras comunitarias. Ya hemos mencionado la Radio Kothmale en Sri Lanka y la Red de Radios Locales de Indonesia comunicadas mediante correo electrónico.

La convergencia entre la radio e internet es muy prometedora. Sin embargo, enfrentará desafíos diferentes en el Tercer Mundo y en los países industrializados. Según Bruce Girard (1999):

> «Está claro que la convergencia tendrá un impacto en las radiodifusoras de los países en desarrollo muy diferente a las de Europa y América del Norte. Mientras en el mundo en desarrollo se predice que los nuevos medios y el internet pronto sustituirán a los servicios de difusión y los sistemas de distribución, esto no sucederá en el futuro próximo en los países en vías de desarrollo. La radio continuará siendo el medio más importante para una gran mayoría de los habitantes del mundo y la televisión seguirá siendo reconocida en los primeros años del Siglo XXI».

Las escuelas forman otra plataforma importante para el desarrollo de las nuevas TIC, no sólo porque existen incluso en las áreas rurales más remotas de nuestros países, sino porque por sus habilidades y destrezas, es más probable que los profesores y los estudiantes adopten las nuevas tecnologías. Es importante, sin embargo, garantizar la interacción con el conjunto de la comunidad educativa para evitar crear una estructura cerrada, que sirva sólo a un pequeño grupo privilegiado.

Si lo que buscamos es el desarrollo para el cambio social, la convergencia entre las nuevas TIC y las organizaciones no gubernamentales de desarrollo tiene un potencial enorme. Algunos se han dado cuenta de ello y han desarrollado un puñado de experiencias valiosas. No nos referimos a las ONG que recurren a equipos de computación y conectividad para cumplir mejor con sus propias tareas; eso no es lo difícil. El desafío real es usar las TIC como una herramienta más en el trabajo de desarrollo como lo hace, por ejemplo, la Fundación de Investigación M. S. Swaminathan en Chennai, India. Este proyecto va mucho más allá de proporcionar computadoras y conectividad a comunidades pobres; tiene un componente importante para desarrollar contenidos locales en sus centros de "valor agregado" y capacitar a los usuarios para que puedan identificar fácilmente la información que realmente responde a sus necesidades. Los Centros de Conocimiento Comunitario son un buen ejemplo de la convergencia tanto de las herramientas de trabajo, como de las redes locales.

Las "redes ciudadanas" son descritas por Steve Cisler (2001) como «proyectos de tecnologías de internet que benefician a las personas como ciudadanas más que como consumidores; proyectos que ayudan a los grupos marginados a tener mayor control sobre su existencia e inclusive darles un sentido más fuerte de identidad. Las redes ciudadanas tienen que ver con la inclusión y con el uso de la tecnología para fines democráticos y para el desarrollo económico». En este mismo artículo Cisler menciona a Manuel Castells que considera que, en nuestro mundo cada vez más globalizado, las redes comunitarias son un elemento clave en la construcción de instituciones sociales.

Por último, pero No Menos importante

Estoy consciente del potencial de internet para el desarrollo puesto que soy una de las personas privilegiadas en el mundo, que dispone de:

- Electricidad
- Línea telefónica
- Computadora
- Suficiente dinero para pagar a un proveedor de servicio
- Puedo leer y escribir en inglés

Sin embargo, no necesito *cualquier clase* de internet y de red, y eso precisamente es lo que tenemos ahora, cualquier clase y con muy poco que ver con la gran mayoría de la población en el mundo. Al igual que sucedió con la televisión, la cantidad parece dominar la calidad.

Es cada vez más importante definir los proyectos de comunicación para el desarrollo y para el cambio social, y prevenir la confusión reinante debido a la multiplicación de aventuras comerciales. Las cinco condiciones no negociables discutidas aquí, podrían facilitar esa tarea.

Notas

1 Prefiero utilizar la expresión "Tercer Mundo" en lugar de "países en vías de desarrollo", que es "políticamente correcta" para referirse a países que, en realidad, han sufrido un retroceso o estancamiento en términos de desarrollo humano y social.

2 Hay una frase clásica de la película de Hollywood *Campo de Sueños* (1989), de Phil Alden Robinson, con Kevin Costner.

3 Al inicio de los años 1990, el Presidente Menem de Argentina declaró que su país ya era del "primer mundo".

4 Las telecasitas (*telecottages* en inglés) surgieron inicialmente durante los años 80 en Escandinavia. Este término se utiliza actualmente en algunos países del centro y el este de Europa.

5 Estos han sido desarrollados con el apoyo de la UNESCO en el centro y el este de Europa y varios países en Asia y África.

6 El nombre de los telecentros de la M. S. Swaminathan Research Foundation (MSSRF) en Chennai, India.

7 Muchos son simplemente cibercafés, servicios con fines sólo comerciales.

8 En el noroeste de Rumania, CREST —una ONG local—

ha establecido como principio no comenzar con una nueva "telecasita" a menos que la comunidad realmente la quiera y esté dispuesta a participar con parte de la inversión humana y/o financiera.

9 Las Torres Comunitarias de Audio (*The Community Audio Towers-CATs*) en Las Filipinas tienen como gerencia un Consejo Comunitario para los Medios compuesto de varios sectores de la comunidad: mujeres, jóvenes, maestros/as, enfermeras/os, autoridades tradicionales, ancianos/as etc., y funciona bien. Para más información véase Gumucio Dagron 2001.

Bibliografía citada

Balaji.V.; Rajmohan, K. G; Rajasekara Pandy, R. y Senthilkumaran, S. (2001). "Toward a knowledge system for sustainable food security. The information village experiment in Pondicherry" en *On the Internet*, marzo-abril.

Ballantyne, Peter (2001). "e-Development: What's in a name?" en <www.iconnect-online.org>, diciembre 14.

Banco Mundial (1996). *Increasing Internet Connectivity in Sub-Saharan Africa*.

Batchelor, Simon. *ICT capacity development issues* en <www.gamos.demon.co.uk/sustainable/tfoa2/tfoa2.htm>.

Cisler, Steve (2001). "2do Congreso Global de Redes de Ciudadanía". Buenos Aires, Argentina, diciembre.

Dixit, Kunda (1999). "Exiled to Cyberia" en *Himal*, Vol. 12, Nº 11, noviembre.

Dugger, Celia W. (2000). "Connecting Rural India to the World" en *The New York Times*, 28 de mayo.

Girard, Bruce (1999). "Converging Responsibility, Broadcasting and the Internet in Developing Countries" en *Voices*, Vol. 3, Nº 3.

Gómez, Ricardo y Martínez, Juliana (2001). *Internet... Por Qué y Para Qué*. IDRC y Fundación Acceso.

Gumucio Dagron, Alfonso (2001). *Haciendo Olas, historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York, Fundación Rockefeller.

Gumucio Dagron, Alfonso (2002). "Prometheus Riding a Cadillac? Telecentres as the promised flame of knowledge" en *Journal of Development Communication*, Vol. 12, Nº 2, febrero.

McDonnell, Jim (2001). "Virtual Communities – a comment" en *Cine & Media*, 3.

Michiels, Sabine Isabel y Van Crowder, Loy (2001). *Local appropriation of ICTs*. Roma, FAO.

Panos (1998). "The Internet and Poverty: Real help or real hype?" en *Panos Media Briefing*, 28, abril.

Pimienta, Daniel y Lamey, Benoit (2001). *Lengua española y culturas hispánicas en la Internet: comparación con el inglés y el francés*. Santo Domingo, FUNREDES.

Robinson, Scott (2000). "Rethinking Telecenters: Knowledge Demands, Marginal Markets, Microbanks and Remittance Flows en *On the Internet*, Vol. 6, Nº 2.

Gumucio Dagron, Alfonso (2003). "Las cinco condiciones esenciales para las TICs en el desarrollo" en Girard, Bruce (ed.) *Secreto a Voces: Radio, NTICs e interactividad*. Roma, FAO.

Medios, democratización y normatividad

Extracto de *Los medios y la democratización en la sociedad de la información*

Marc Raboy

El debate sobre los medios y la democratización se ha centrado siempre en dos aspectos: la democratización de los medios, como un valor positivo en sí mismo, y el fomento de un papel de los medios en la democratización de las sociedades. Algunos han tendido a considerar a los medios como contenedores de información libres de valores, pero son, en realidad, espacios disputados, objetos de contienda por derecho propio. Los activistas de los medios se han empeñado arduamente en buscar la forma de presentar el asunto como una problemática, de convertir a los medios en un tema social —en lugar de que continúen siendo algo que las personas simplemente soportan— y de ampliar el discurso público sobre el papel de los medios en la democracia.

Históricamente, el tema no ha tenido entre los activistas sociales la misma resonancia que otros como el medio ambiente, los temas de género y los derechos humanos. Una declaración hecha en 1999 por un grupo de activistas de los medios, *Voices 21*, buscaba impulsar un movimiento social nuevo en torno a los medios y la comunicación. Proponían formar una alianza internacional para abordar las inquietudes y trabajar conjuntamente. Todos los movimientos comprometidos con el cambio social utilizan las redes de medios y comunicación, señalaba *Voices 21* (1999); por lo tanto, es fundamental que indaguen las tendencias actuales, tales como la concentración, cada vez en menos manos, de la propiedad de los medios.[1]

El advenimiento de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) ofrece una oportunidad para avanzar en esa dirección. Los temas de medios y comunicación se están labrando un lugar en las agendas sociales más amplias (por ejemplo, a través del Foro Social Mundial). McChesney y Nichols (2002), entre otros, escriben sobre la necesidad de colocar la democratización de los medios en el centro de un movimiento social: presentan un programa de reforma estructural de los medios en Estados Unidos. Entre otras cosas, el movimiento de reforma de los medios en ese país ha logrado que el Congreso rechace algunos de los intentos más agresivos de la Federal Communications Commission (FCC, la Comisión Federal de Comunicaciones) por liberalizar las normas respecto de la propiedad de los medios. En resumen, se necesita integrar las iniciativas de reforma provenientes tanto de los medios convencionales como de los medios alternativos, con la educación, la investigación y la intervención en las políticas.

La democratización de los medios dependerá de la medida en que puedan combinarse cinco tipos de intervención, dirigidos por cinco conjuntos de actores:

- un continuo análisis crítico de los temas relativos a los medios (investigadores);
- una labor de educación sobre los medios (educadores);
- el desarrollo y la operación de medios autónomos (medios alternativos);
- prácticas progresistas en los medios convencionales (periodistas, redactores, editoriales, etc.);
- intervenciones en las políticas (activistas en políticas sobre los medios).

La CMSI brinda una oportunidad para trabajar en los temas que aquí se plantean, en un marco institu-

cional y teniendo en cuenta el planteamiento de estos cinco frentes. Más aún, los intentos formales de influir en el desarrollo de los medios pueden optar por cuatro caminos posibles en este momento:

El enfoque liberal: Este enfoque no aboga por una regulación de los medios. Con la propagación de las nuevas tecnologías digitales, como el internet, muchas entidades reguladoras oficiales lo están adoptando actualmente (Australia es una excepción importante), principalmente porque no saben qué hacer o cómo hacerlo. También lo apoyan muchos activistas de base que se están beneficiando de este sistema de comunicación abierta. Pero la historia de las tecnologías de medios más antiguas muestra que, si se lo deja actuar por su cuenta, es probable que este acceso abierto dure poco. Un modelo liberal de gobernanza del internet probablemente conducirá, a la larga, a puertas cerradas, acceso restringido y comunicación limitada.

Autorregulación: Éste es el enfoque favorito de la mayoría de las industrias mediáticas, con el respaldo de las entidades reguladoras oficiales. Actualmente, se lo pregona como la solución a determinados problemas —el contenido abusivo y la protección de derechos, por ejemplo— basándose en el argumento de que los consumidores responderán si no están satisfechos. Pero en vista de las iniciativas en torno a la propiedad intelectual y el comercio electrónico, incluso los promotores de la autorregulación reconocen la necesidad de un marco estructural mundial para la actividad de comunicación en el cual tendría lugar la autorregulación de los medios.

El modelo institucional de club cerrado, o vertical: Este enfoque llena el vacío creado por el abandono de los gobiernos nacionales de su responsabilidad normativa. Las negociaciones se realizan en instancias como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Grupo de los Ocho (G-8) y la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como en instituciones nuevas que han surgido en el sector empresarial. Aquí, los actores económicamente más poderosos simplemente dictan las reglas del juego a todos los demás, y los medios son percibidos como negocios, vehículos de entretenimiento y órganos de información pública estrictamente controlados.

La larga marcha a través de las instituciones: Éste es un proceso ligado al proyecto más amplio de democratización de la gobernanza mundial, reflejado en algunas de las iniciativas de reforma de las Naciones Unidas y en conceptos como "democracia cosmopolita". El acceso a la formulación de políticas mundiales a través de la participación de la sociedad civil en procesos como la CMSI es crucial para este modelo, cuyo corolario es el fomento de la pluralidad y diversidad de los medios vistos como facilitadores de una amplia participación en todos los aspectos de la vida pública.

Para los fines de la democratización y de un papel democrático de los medios, el último camino es claramente el único viable. La transparencia, la participación pública, y un enfoque sociocultural de la gobernanza de los medios son valores que ahora vale la pena promover transnacionalmente. El diseño de políticas mundiales en este sentido ayudaría a redefinir el papel del Estado frente a los medios, tanto a nivel nacional como en su nuevo carácter transnacional, además de servir de apoyo para abordar una gama de temas específicos que hoy en día están fuera de la agenda. En el contexto actual de globalización, los medios pueden ser un motor del desarrollo humano o un instrumento de poder y dominación. No se ha determinado cuál será ese destino y por eso resultan tan cruciales los debates en la CMSI.

Dado que los temas de regulación de la radio y teledifusión están pasando a una escala mundial, necesitamos empezar a pensar acerca de los mecanismos normativos mundiales apropiados. Esto permitiría construir la idea de intervenir mundialmente respecto de toda una gama de aspectos, tales como los siguientes:

- normar las actividades de los medios comerciales en pro del interés público para garantizar un acceso equitativo y servicios de comunicación básicos;
- financiar y dar apoyo institucional a la creación y mantenimiento de servicios de comunicación públicos y medios alternativos;
- establecer límites a los controles empresariales resultantes de la concentración transnacional de la propiedad de los medios y las telecomunicaciones tanto nuevos como convencionales;
- incentivar en los medios (a través de medidas de apoyo fiscal, etc.) la producción, distribución y exhibición de contenidos que cumplan con los objetivos de las políticas públicas;
- garantizar el acceso a los canales de medios disponibles, sobre la base de criterios de interés público;
- elaborar códigos y estándares universales para restringir la diseminación de contenidos abusivos en los medios;
- facilitar la capacidad de conexión en red de las organizaciones sin fines de lucro a través de las tecnologías de medios; y,
- proporcionar espacios en los medios públicos para la resolución de conflictos y el diálogo democrático sobre temas de interés mundial.

Soy consciente de que este "planteamiento normativo" tiene grandes limitaciones. La medida en que las entidades reguladoras denominadas "independientes" han sido capturadas por los intereses empresariales está bien documentada. La regulación, en algunos casos, sirve de justificación mal disimulada para la interferencia estatal en la independencia de los medios. Los activistas de los medios alternativos han desperdiciado energía valiosa participando en consultas sin sentido y cumpliendo con requisitos normativos. No obstante, permítanme hacer una refutación.

Tomemos, por ejemplo, la decisión altamente influenciada de la FCC de flexibilizar las restricciones sobre los *cross-media*[2] y la concentración de la propiedad de los medios. Un examen detallado de esta situación revela que, aun así, Estados Unidos tiene normas más estrictas que la mayoría de los países occidentales en lo que concierne a la concentración de la propiedad de los medios. Bajo las *nuevas* normas de la FCC, una red puede ser propietaria de estaciones cuya cobertura alcance hasta al 45 por ciento de la población nacional y de un número limitado de otros medios en el mismo mercado. En Canadá, su vecino —para poner un ejemplo de un país generalmente considerado como muy severo en materia normativa— no hay restricciones respecto de los *cross-media* ni de la concentración nacional, por lo que una sola empresa (que resulta ser la mayor empresa canadiense del sector, la Bell Canada Enterprises, o BCE) es dueña de uno de los periódicos nacionales del país y de la red nacional de televisión más importante, con estaciones que alcanzan al 99 por ciento de la población anglófona.[3]

En la década de 1980, montado en la ola de la ideología desreguladora introducida con la elección de Ronald Reagan, el presidente de la FCC, Mark Fowler, hizo una declaración ahora famosa: «La televisión no es sino otro artefacto más, una tostadora con imágenes». Uno no impone normas a las tostadoras, de modo que por qué normar a la televisión, era el argumento. Sin embargo, una radio, un televisor y el internet no son sólo tostadoras con imágenes. Lo que hay que hacer es distinguir entre normatividad y control: las normas deben apuntar a proporcionar un marco dentro del cual los medios puedan prosperar y contribuir a la vida pública democrática y al desarrollo humano, y a promover la libertad de expresión *y* el derecho de comunicarse. Tal como ha escrito un importante académico estadounidense, Edwin Baker (2002), la regulación de los medios debe ser vista como algo legítimo, necesario y posible.

De hecho, las autoridades reguladoras independientes y las instituciones públicas, tales como los sistemas públicos de radio y televisión, han protegido el interés público contra la autoridad estatal abusiva,

trátese de los regímenes de Richard Nixon, Ronald Reagan o George W. Bush en Estados Unidos o el régimen de Margaret Thatcher en el Reino Unido, entre otros. Pese a que su audiencia disminuye —por la proliferación de canales, la globalización cultural y la lentitud para adaptarse al nuevo contexto—, el sistema público de difusión todavía concita un apoyo popular generalizado en lugares donde ha prosperado históricamente. Con la excepción sorprendente de Francia, ningún país desarrollado ha privatizado una estación de radio o televisión de difusión pública nacional, pese a la retórica de una generación de líderes políticos neoliberales.

La regulación puede ser aún más importante para promover un tercer sector en los medios, especialmente en la radio y teledifusión y, posiblemente dentro de poco, el internet.

La regulación puede garantizar un espacio incluso más importante para promover a los medios del "tercer sector", especialmente la radiodifusión y posiblemente, a corto plazo, internet. Puede, asimismo abrir un espacio para aquellos medios que no pueden forzar su ingreso mediante grandes recursos financieros o porcentajes masivos de audiencia. Los regímenes fiscales progresistas y los programas de financiamiento pueden asegurar que las voces alternativas sean escuchadas.

La cuestión, tal como se ha sugerido anteriormente, es cómo transferir estos valores a la esfera internacional, de modo que se garanticen en aquellos lugares donde existen (ante los retos del comercio internacional y los regímenes de propiedad intelectual regresivos), se promuevan donde los hay (en los países que no gozan de libertad) y se reajusten en el nuevo contexto de la convergencia tecnológica y la globalización.

En suma, una regulación de los medios puede ocuparse de lo siguiente:

- otorgamiento de licencias para servicios de difusión públicos, de propiedad privada y comunitarios (meta: competencia, administración del sistema);
- transacciones de propiedad (meta: pluralismo del mercado, diversidad);
- contenido abusivo (meta: protección de las normas sociales);
- cuotas de contenido (meta: protección y promoción de la cultura nacional);
- obligaciones de desempeño (meta: servicio público, requisitos de programación);
- tarifas para servicios de señal abierta, de suscripción y sujetos a pago (meta: protección del consumidor);
- disposiciones respecto del acceso (meta: igualdad de oportunidades de libre expresión);
- relación entre servicios públicos y privados (meta: equilibrio del sistema); y,
- requisitos de financiamiento (meta: promoción de servicios prioritarios).

La función de una normativa de los medios es determinar, en forma continua, cuál es el interés público en lo concerniente a temas específicos como los arriba señalados. Éste es un trabajo demasiado delicado para que lo hagan los gobiernos en medio de sus actividades generales. Tampoco puede dejarse en manos de las compañías o entidades de radio o televisión, porque necesariamente tienen intereses creados (incluso en el caso de los sistemas públicos). Y el mercado es un instrumento demasiado insensible.

Los ciudadanos pueden, individualmente y a través de sus organizaciones colectivas, articular sus expectativas, pero no tienen el poder para implementarlas.

El éxito de un enfoque regulador, por ende, dependerá de lo siguiente:

- lineamientos de políticas claros, pero generales, emitidos por la autoridad constituida;
- poderes claramente definidos, respaldados por mecanismos eficaces de cumplimiento;
- la mayor transparencia posible en todas sus operaciones; y,
- acceso real, significativo, a los procesos de toma de decisiones para todos los actores involucrados, especialmente las organizaciones defensoras del interés público que, de lo contrario, se encuentran alejadas de los centros de poder.

El papel de una autoridad reguladora abarcaría:

- supervisar el equilibrio del sistema (equilibrio entre los sectores público, privado y comunitario);
- garantizar la rendición de cuentas del sector público;
- especificar la contribución del sector privado al servicio público;
- facilitar la viabilidad del sector comunitario;
- supervisar el desarrollo del sistema (por ejemplo, la introducción de servicios nuevos);
- dictar políticas generales (entre el nivel macro de las amplias políticas estatales y la microgestión de las operaciones de las radios y teledifusoras);
- supervisar la autorregulación del sector;
- supervisar los procesos de concesión de licencias y renovaciones; y,
- encargarse de las quejas y problemas relativos al contenido, sobre la base de códigos y normas establecidas.

La regulación puede ser vista como un proceso de intermediación entre los intereses del Estado, las industrias de difusión y la sociedad civil. Se trata de la estructuración y habilitación de un marco y no, como a menudo se supone, del control. En vista de esto, la CMSI puede ser un hito en el establecimiento del nuevo entorno global de los medios. Es una oportunidad que no se debe desperdiciar, pero cuya trascendencia final debe sopesarse cuidadosamente y ser puesta en la debida perspectiva.

Notas

1 En aras de la transparencia, se debe señalar que el autor es miembro de *Voices 21*.

2 La propiedad de múltiples plataformas en un solo mercado (NdE).

3 De hecho, mientras se escribía este artículo, un comité parlamentario canadiense acababa de recomendar una moratoria de futuras fusiones mientras el gobierno no formule políticas integrales respecto de la propiedad de los medios.

Bibliografía citada

Baker, C. Edwin (2002). *Media, Markets and Democracy*. Cambridge, U. K., Cambridge University Press.

McChesney, Robert W. y Nichols, John (2002). *Our Media Not Theirs: The Democratic Struggle Against Corporate Media*. New York, Seven Stories Press.

Voices 21 (1999). "A Global Movement for People's Voices in Media and Communication in the 21st Century" en www.comunica.org/v21/.

Raboy, Marc (2003). "Media and Democratisation in the Information Society" en Ó'Siochrú, S. y Girard, B. (eds.) *Communicating in the Information Society*. Geneva, UNRISD. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Entretejiendo disciplinas: El manejo de los recursos naturales como un calidoscopio para valorar el aporte de las TIC

Ricardo Ramírez

aracterísticas de las tecnologías de la información y comunicación como herramientas para el desarrollo

El potencial aporte de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) como herramientas para el desarrollo rural es difícil de apreciar. Un informe reciente señala que la medición del papel de las TIC en el seno de las políticas y proyectos de desarrollo rural está entre las áreas de trabajo menos atendidas (OECD 2001). El entusiasmo inicial sobre su potencial se derivó de la glorificación de las expectativas tecnológicas, pero al parecer sus promotores subestimaron las barreras sociales, económicas y reglamentarias subyacentes, que continuaban marginando a los habitantes de las zonas rurales y remotas. No es de sorprender que existan comunidades que pueden aprovechar las nuevas oportunidades, mientras que otras no lo hacen. La llamada brecha digital arrastraba ya precedentes en otros ámbitos, en particular en salud, educación, empleo y posibilidades económicas. Sin embargo, aún los críticos más cautos sugieren que algo está sucediendo, y que puede haber beneficios si las herramientas son utilizadas adecuadamente (Heeks 2002). Surgen entonces preguntas tales como: ¿Qué es exactamente lo que está sucediendo? y ¿a través de qué prismas sería posible apreciarlo? Estas interrogantes solo pueden abordarse mediante una ciencia inexacta o, mejor acaso, a través de un arte. Este trabajo intenta aportar con algunos cimientos a este arte, como quien recoge espejos para armar un nuevo calidoscopio.

A menudo las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se definen como herramientas que facilitan la comunicación mediante el procesamiento y transmisión electrónica de la información. Esta definición abarca una amplia gama de TIC, desde la radio y la televisión hasta el teléfono y las computadoras y el internet. Sin embargo, si nos planteamos una apreciación más amplia de los sistemas de comunicación, ya sean electrónicos o no, reconocemos un menú muy amplio de opciones mediáticas: las historias narradas, el teatro, los casetes, los dibujos, los periódicos locales, la radio, el vídeo, la música, los merolicos, etc. Vale la pena combinar medios electrónicos con otros medios convencionales que a la gente le gustan y que ya maneja y sabe cómo controlar. Por ejemplo, las radios comunitarias integradas al internet se van convirtiendo en una importante opción.

> La razón por la cual hacen falta nuevas formas para evaluar el potencial de las TIC obedece a que son esencialmente herramientas ajenas al desarrollo rural. Las tecnologías fueron diseñadas como herramientas comerciales para contextos industrializados, y la mayoría del *software* está orientado a usuarios angloparlantes. Es solo por azar que llegan a usarse en comunidades rurales y remotas en otras partes del mundo. Quienes logran aprovecharlas en esos contextos son verdaderos visionarios. Son trabajadores del desarrollo comunitario que logran armonizar —o mediar entre— las necesidades de la base, el potencial de las tecnologías y sus costos, y los programas oficiales que subsidian su desenvolvimiento. A menudo establecen organizaciones que fomentan el aprendizaje en materia de computación e incentivan la demanda de TIC mediante la oferta de acceso público a sitios donde la gente puede perder el temor a la tecnología, jugar con ella y descubrir su potencial (Ramírez, 2001a).

Para su funcionamiento las TIC dependen de redes de telecomunicaciones que demandan grandes inversiones. Al igual que con otras infraestructuras en el pasado, el potencial intrínseco de la tecnología es frecuentemente un argumento suficiente para convencer a quienes toman las decisiones de políticas y a los reguladores, de invertir cantidades significativas de capital para su expansión, aun cuando su impacto resulte difícil de predecir, para no mencionar la dificultad de cuantificarlo (Sawhney 2001).[1] También a nivel individual se requiere este grado de confianza. Basta con recordar la primera vez que uno usó un computador. (van Dijk, 2001). Irónicamente, mientras más sofisticada se hace la tecnología, su potencial es cada vez menos predecible (Bar y otros 2000), en parte por su incidencia en múltiples dimensiones de la vida cotidiana —los negocios, el hogar, las organizaciones públicas— y porque genera nuevos servicios antes inimaginables. La noción de un modelo de práctica comienza a parecer una meta difícil de alcanzar (Mansell 1999). Mas bien, tenemos una multiplicidad de opciones, cada cual con su propia lógica de inserción en contextos específicos. Esto demanda esfuerzos que « [...] responden a actividades muy concretas —lo más simples y autónomas posible— que los interesados identifican como cruciales y representativas de lo que puede ayudar a su bienestar». (Menou y Potvin 2000).[2] En otras palabras, por un lado su impacto será muy específico al contexto particular y, por el otro, su potencial tiene influencia sobre una diversidad de elementos; esta encrucijada sugiere que la evaluación de su impacto requiere de metodologías flexibles, participativas y dinámicas (Stoll y otros 2002).

Si nos estamos enfrentando a un viaje colectivo sin destino conocido, necesitamos un nuevo lenguaje para apreciar su significado. La necesidad de un enfoque renovado no es de hoy; la han planteado anteriormente analistas de la comunicación para el desarrollo al igual que la crítica feminista acerca de las tecnologías (Balit 1999, Jansen 1989). La metáfora del caleidoscopio funciona bien toda vez que esta herramienta se ajusta a cada contexto; además, observamos los cambios cuando enfocamos la herramienta para encontrar la luz que nos rodea.[3]

Ensamblar una espistemología

El papel de las nuevas tecnologías al igual que su impacto son tan amplios que se requiere de un enfoque mutlidisciplinario para apreciarlo. En su libro *The Network Society*, Jan van Dijk (1999) dedica un capítulo a cada uno de los siguientes elementos: la tecnología, la economía, la política y el poder, la ley, la estructura social, la cultura y la psicología, antes de llegar a conclusiones o abordar perspectivas de políticas. Hay un creciente número de herramientas y diagramas en la literatura para capturar las múltiples dimensiones de las TIC (Melody 1996); para medir una variedad de indicadores (Mansell y Wehn 1998; Minges, Kirkman y otros 2002); para describir las fases del internet (Bar y otros 2000); para modelar la forma en que la gente accede a la tecnología (van Dijk 2001); y, para captar el impacto en cada sector de la industria (Houghton 1999). Hay también literatura sobre desarrollo comunitario donde la contribución de las TIC al reforzamiento de las comunidades se ha convertido en un tema de investigación (Pigg 2001). Al final, sin embargo, debemos preguntarnos: ¿Cúal es el meollo del asunto? ¿Contamos con una epistemología que nos guíe en este proceso?

Este trabajo aporta elementos para esa epistemología, tomados del ámbito del manejo de recursos naturales (MRN). En ese campo, los científicos físicos y sociales se han percatado de que sus ciencias resultan limitadas y se requiere de nuevos elementos para captar un contexto siempre cambiante, con un sinfín de variables e indicadores. Para complicar las cosas, muchos otros actores aparecen en el escenario, con perspectivas diferentes que no pueden ignorarse.

Cimiento Nº 1: reconocimiento de una diversidad de paradigmas

Toda la perspectiva o el paradigma que moldea la manera como abordamos la resolución de problemas requiere de un reconocimiento explícito. No todos compartimos la apreciación de la realidad subyacente, ni los enfoques metodológicos, las herramientas de planificación o los mecanismos de implementación. El Cuadro 1 muestra cómo la corriente moderna y la posmoderna del desarrollo exhiben diferencias significativas (Maxwell 1996).

Cuadro 1
Corriente moderna y posmoderna en el desarrollo

	Moderna	Posmoderna
Concepto de la realidad subyacente	Simple, uniforme	Compleja, diversa
Objetivos	Crecimiento Atención a lo macro	Desarrollo Atención a lo micro
Enfoque de la investigación	Medir Sondeos Reduccionista Deducción Modelos abstractos Agregación	Escuchar Diagnóstico rural participativo Holístico Inducción Realidad compleja Desagregración
Enfoque de planificación	Planificar Modelos De arriba hacia abajo Centralizar	Facilitar Interacción De abajo hacia arriba Descentralizar
Implementación	Pre-determinada Énfasis en roles Estandarización	Proceso Énfasis en tareas Flexibilidad, innovación

Un desafío importante es el hecho de que las tecnologías y políticas detrás de las TIC "existen" en el paradigma moderno y sus defensores se desenvuelven en esta perspectiva. Sin embargo, nuestro argumento es que cuando estas herramientas se ponen a funcionar en contextos rurales y remotos, su desempeño e "impacto" se aprecian mejor en un paradigma posmoderno. Estos contextos ajenos a su propósito original y, por ende, se requiere de agentes "mediadores". Más aún, los contextos son diversos y la apropiación de la tecnología depende, en gran medida, del nivel de control local y de su adaptación a las condiciones del sitio. En otras palabras, su papel y su impacto solo pueden predecirse parcialmente; en realidad, dependerán de las interacciones y creatividad locales. De hecho, su pertinencia se construye localmente para responder a las prioridades y necesidades percibidas también localmente. Desde una perspectiva analítica e investigativa, no obstante, el paradigma posmoderno puede incluir componentes del moderno, reconociendo que hay elementos que encajan mejor en ese marco (Jiggins y Röling 1997).

Cimiento Nº 2: asumir el pluralismo

Para el manejo de los recursos naturales que incluyen zonas de propiedad común, áreas protegidas y cuencas hidrográficas, compatibilizar intereses múltiples es una necesidad. Cada actor defenderá sus intereses y percibirá las oportunidades desde su propia perspectiva. Las relaciones entre las partes oscilarán entre periodos de colaboración y periodos de conflicto (Ramírez 1999b). Entender este contexto complejo requiere de una apreciación de los marcos legales, de las ciencias naturales, de las ciencias sociales y de procesos de planificación y aprendizaje participativos. Es una tarea nada fácil, de ahí la necesidad de una epistemología que asuma el pluralismo (Anderson y otros 1998, Wollenberg y otros 2001). En el campo del manejo de recursos naturales ha surgido una nueva epistemología para abordar estos aspectos, que ha evolucionado hacia una gama de metodologías de acción-investigación, entre las cuales se incluye el manejo colaborativo (Borrini-Feyerabend 1996), el aprendizaje colaborativo (Daniels y Walker 2001), la gestión adaptativa y colaborativa (Buck y otros 2001, Röling y Wagemakers 1998), la evaluación rápida de los sistemas de conocimiento agrícola (Engel y Salomon 1997) y el aprendizaje local vinculado (Lightfoot y otros 2001b, Lightfoot y otros 2001a).[4]

En contrapartida, el campo de las TIC para el desarrollo rural recién comienza a explorar una epistemología interdisciplinaria (Stoll y otros 2002).[5] Las similitudes entre las TIC y el MRN sugieren que algunas de las lecciones del MNR podrían adaptarse a la investigación sobre las TIC. El Cuadro 2 describe las características de la epistemología del MRN que pueden traerse al campo de la investigación sobre las TIC. Este entretejido se basa en experiencias de acción-investigación desarrolladas en Canadá, donde muchos actores fueron consultados para articular un programa investigativo universitario sobre el papel de las TIC en el desarrollo de comunidades rurales y remotas.[6]

Cimiento Nº 3: asumir un enfoque de sistemas

La teoría de sistemas es útil como una aproximación para entender el comportamiento de los recursos naturales y las interacciones complejas que surgen en su manejo. Hace ya tiempo, en el MRN se evidenció que los ecosistemas son complejos y en gran medida impredecibles, y la teoría de sistemas da cabida a estas características. Los sistemas tienen múltiples niveles o jerarquías, procesos de retroalimentación y comunicación, y propiedades emergentes que desafían incluso a los mejores pronósticos (Lee 1993). El enfoque de sistemas es común entre ecologistas e investigadores organizacionales; sus propiedades aportan elementos para el análisis de los ecosistemas y de las interacciones humanas que se producen en su interior (Gunderson y otros 1995, Alsop y Farrington 1998, Costanza y Folke 1996, Holling y Sanderson 1996). Es además un enfoque holístico; aborda la globalidad de patrones y relaciones en vez de recurrir al reduccionismo, característico de los enfoques científicos (Bennetts y otros 2000).

El enfoque de sistemas es parte del patrimonio de ideas mediante las cuales interpretamos el mundo que nos rodea (Checkland y Scholes 1990). Este enfoque resulta útil como herramienta para la comprensión de contextos complejos y para la investiga-

Cuadro 2
Características de los contextos del MRN y de las TIC (adaptado de Ramírez 2001a)

Características	Contexto del MRN	Contexto de las TIC
Epistemología	Constructivismo	Constructivismo
Naturaleza de la verdad	Perspectivas múltiples, diversidad	Perspectivas múltiples, diversidad
Metas	Múltiples, a menudo contradictorias	Múltiples, a menudo contradictorias o competitivas
Perspectiva de sistemas	Reconocimiento de que la realidad se percibe mejor como un sistema con jerarquías y propiedades emergentes	Sistema flexible: proceso de aprendizaje para llegar a una situación en la que es posible emprender una acción concertada colectiva
Planificación	Proceso interactivo	A veces interactivo, a veces vertical
Desarrollo de políticas	Surge de la interacción entre actores a diferentes niveles	Surge de la interacción entre actores a diferentes niveles o se desarrolla en forma centralizada
Papel de la investigación	Participante activo en un proceso societal de comprensión	Participante activo en un proceso societal de comprensión
Naturaleza de la ciencia	Las ciencias biofísicas y sociales contribuyen a las perspectivas y la acción adaptativas	Las TIC, junto con las ciencias económicas y sociales, contribuyen perspectivas y acción adaptativas
Naturaleza de la extensión	Facilitación de procesos de aprendizaje	Facilitación de procesos de aprendizaje

ción interdisciplinaria (Ackoff 1969). Desde fines de los años 1950 e inicios de los 1960, el enfoque de sistemas se utilizó en el análisis organizacional (Emery 1969, Emery y Trist 1969, Churchman 1971). La labor de Eric Trist en el Tavistock Institute está a la base de los sistemas socio-técnicos (Trist 1981), que se propusieron en aquellos años como un nuevo campo de investigación. Trist colaboró en la mejora de las condiciones de trabajo de los mineros ingleses. Mediante el enfoque socio-técnico propuso que las condiciones de trabajo fueran analizadas y mejoradas a través de la acción-investigación y mediante una perspectiva sistémica. Aquí lo relevante es la consideración de que los temas sociales y los tecnológicos no pueden ser abordados en paralelo; más bien, deben analizarse conjuntamente como un sistema y con la participación de los actores involucrados.

Como una variante del enfoque de sistemas, Checkland y Scholes (1990) desarrollaron la metodología de sistemas suaves (MSS), una de cuyas contribuciones clave es la idea de que los principales actores involucrados en un sistema son los dueños del problema o tema de interés. En otras palabras, los directamente afectados son "propietarios" del problema y deben participar en su comprensión y tratamiento. El MSS comienza con una visualización del problema, con toda la riqueza de sus actores, sus inquietudes y vínculos. En el MSS estos diagramas se denominan imágenes ricas, en el sentido de que "ricas" en información. La noción de lo "suave" se refiere al ámbito humano y organizacional de las relaciones e interacciones (por ejemplo el capital social y la confianza), tan importante como el componente del sistema "duro" (los objetos materiales). Cabe subrayar que los autores del MSS eran ingenieros de sistemas duros que llegaron a la conclusión de que los problemas organizacionales no pueden resolverse sólo a partir del sistema "duro". Por el contrario, se dieron cuenta de que era necesario conjugar ambos sistemas e involucrar a los actores en el proceso.

El enfoque de sistemas empieza a aparecer en la literatura sobre comunicación rural y TIC (Andrew y Petkov 2000), como también sucede, aunque en menor medida, con la metodología de sistemas suaves (Bryden 1994, Bennetts y otros 2000).

Cimiento Nº 4: énfasis en el aprendizaje y la participación

Al igual que con el manejo de recursos naturales (MRN), cuando se utilizan las TIC para lograr las metas del desarrollo comunitario, muchos actores se ven involucrados, cada cual con diferentes perspectivas, objetivos e intereses. Se ha sostenido que para que las TIC tengan impacto, se requiere la participación de los usuarios en la definición de lo que quieren conseguir con estas tecnologías (Mansell y Wehn 1998). Deben participar en el diseño de los programas al igual que en la definición de lo que medirán como evidencia de que están logrando sus metas. Sin embargo, Heeks (1999) subraya que la participación debe asumirse en forma crítica, sin asumir que siempre y necesariamente será beneficiosa.

Heeks recomienda tomar en consideración el contexto político y cultural, la motivación de quienes promueven la participación y, por último, la voluntad y habilidad para participar de quienes han sido invitados a involucrarse (Heeks, 1999). Esta reflexión crítica acerca de la participación es oportuna y similares críticas se han hecho a propósito del manejo de las hidrocuencas (Rhoades 1998), de proyectos forestales (van Dam 2000) y acerca de las metodologías de diagnóstico (Cornwall y otros 2001), para mencionar algunos.

Stoll y otros (2002) han empezado a conformar un marco de aprendizaje orientado a un proceso participativo, transparente y continuo acerca de las TIC y el desarrollo. Este énfasis en el aprendizaje, la adecuación continua y la transparencia —como medios de minimizar el conflicto entre los involucrados— es también característico de los enfoques colaborativos en el manejo de los recursos naturales. De hecho, el aprendizaje es el mejor modo de avanzar en entornos complejos e impredecibles donde múltiples actores

interactúan. (Lee 1993, Woodhill y Röling 1998, Röling y Wagemakers 1998, Röling y Jiggins 1998). El aprendizaje es un proceso activo que compromete a todos los interesados, bajo las mismas reglas de juego, a explorar un tema complejo donde nadie cuenta por sí solo con los elementos necesarios para actuar. Más bien, se espera que el grupo negocie y defina una visión y los medios para cumplirla (Lightfoot y otros 2001b, Lightfoot y otros 2001a, Ramírez 2001b, Ramírez 1999a). Los enfoques de aprendizaje también asumen la necesidad de experimentar, cometer errores y aprender de ellos. Es lo que Sawhney (2001) denomina error creativo.

La investigación sobre los resultados de la experiencia canadiense con redes comunitarias que emplean TIC para el desarrollo comunitario sugiere una serie de pasos para que la tecnología sea accesible y pertinente:

1. Posibilitar el acceso en lugares públicos.
2. Permitir que los miembros de la comunidad experimenten con la tecnología.
3. Dejar que se las ingenien para usar la tecnología.
4. Planificar en torno a esas aspiraciones, recoger la demanda, elaborar una propuesta empresarial y de desarrollo para mejorar la infraestructura.
5. Organizarse para cristalizar las aspiraciones en términos de infraestructura, aplicaciones y destrezas (Ramírez 2001a).

Este proceso tiene más elementos de aprendizaje que resultados predecibles. Las TIC crean nuevos espacios y vías para la innovación que antes no existían. Mientras algunos de los resultados pueden predecirse, muchos surgen a medida que la gente descubre cómo aprovechar la tecnología. Desde la perspectiva de los sistemas suaves, se trata de propiedades emergentes que solo pueden surgir de la interacción de las personas con la tecnología.

Entretejiéndolo todo

Ya contamos con los cimientos de una nueva epistemología para valorar el aporte de las TIC como herramientas para el desarrollo de comunidades rurales y remotas:

- reconocimiento de una diversidad de paradigmas
- asumir el pluralismo
- asumir un enfoque de sistemas
- énfasis en el aprendizaje y la participación

Más allá de una espistemología, los cuatro cimientos comienzan a sentar las bases para un enfoque de investigación-acción sobre las TIC en el desarrollo rural. Los logros metodológicos en el manejo de los recursos naturales nos dan una mano, especialmente en lo relativo al uso de las herramientas visuales y de planificación participativa para involucrar a los diferentes interesados en un proceso de negociación (Pretty y otros 1995, Guijt 1998, Groot y Maarleveld 2000).

La puesta en marcha de la epistemología

Los primeros dos cimientos establecen un marco para involucrar a múltiples actores desde el comienzo. Las advertencias de Heeks (1999) respecto de la participación son válidas. Nos provee un recordatorio para verificar si las relaciones poder permiten un proceso participativo legítimo. Esto no siempre es posible. Las condiciones nunca son ideales y siempre se cometerán errores. El proceso de participación de los actores no es lineal ni enteramente predecible (Ramírez 2001b). Sin embargo, como sugiere Sawhney, hay mucho que aprender de los "errores creativos". Lo importante es iniciar el proceso con una apreciación tanto de las condiciones favorables cuanto de las limitaciones.[7]

Investigación-acción

El autor ha tenido experiencias en investigación-acción en comunidades remotas y rurales en la provincia de Ontario, Canadá, que están aprovechando las TIC para el desarrollo comunitario. La investigación do-

cumentó tres estudios de caso de redes comunitarias. La investigación condujo a la formulación de un modelo que describe el modo en que estas organizaciones emergen como resultado de una combinación de factores que incluyen: las necesidades de comunidad, las políticas oficiales y los programas de incentivos, la tecnología misma y sus costos. La investigación comenzó con una consulta que incluyó a 30 actores de diferentes sectores involucrados en la telecomunicación en zonas rurales y remotas. Su participación creó desde el inicio un entorno de confianza y condujo a un compromiso activo de las organizaciones que participaron en el estudio de caso con la investigación y el seguimiento de las actividades (Richardson y Ramírez 1999, Ramírez 2001a, Ramírez 2000). En uno de los estudios de caso, una de las organizaciones utilizó la investigación como base para presentar los logros en una conferencia internacional (Moore y otros 2001). En otro caso —la red de la zona norte—, la investigación compartida llevó a una colaboración continua en la planificación y seguimiento del impacto de las TIC en comunidades remotas.

El compromiso comunitario en la planificación colaborativa

Los argumentos teóricos antes presentados se basan en investigaciones de trabajo de campo en África oriental y el norte de Canadá.[8] Los talleres desarrollados con múltiples actores, orientados a mejorar el manejo agroecológico en África oriental, sentaron las bases para el trabajo de acción-investigación relativo al aprovechamiento de las TIC para el desarrollo comunitario entre grupos aborígenes del norte de Canadá. Muchas de las herramientas de facilitación y planificación fueron las mismas: la visualización de los futuros deseables y la especificación de lo que se necesitaba para lograr las metas y de quiénes debían involucrarse. El contenido del tema era diferente: en Kenia se trataba de la regeneración de fincas agroecológicas, mientras que en Canadá se discutió cómo mejorar, mediante las TIC, los servicios de salud, educación, la gobernanza local y el desarrollo económico.

Los objetivos principales de los talleres comunitarios fueron: (a) apoyar a las comunidades en la planificación del uso de las TIC, (b) compartir información sobre el proyecto y sus avances, (c) compartir los resultados de los datos recogidos en encuestas, (d) explorar e identificar cómo quisieran las comunidades medir y verificar el progreso logrado en relación con la salud, educación, gobernanza local y desarrollo económico, y (e) proveer al personal de la red local de herramientas para evaluar las necesidades de capacitación y hacer un seguimiento del modo en que su conocimiento y sus destrezas mejoran con el uso de la tecnología. Como resultado de los talleres, cada comunidad definió y exploró los programas que habría querido ver implementarse en materia de educación, salud, desarrollo económico y gobernanza local, y definió los indicadores pertinentes para cada programa (TeleCommons Development Group 2002).

El seguimiento del desempeño en tres niveles

El enfoque de sistemas es una guía útil para situarse en los niveles de análisis que permiten detectar los cambios ahí donde son evidentes. Para nuestro trabajo con KNet, una red comunitaria en el noroeste de Ontario, abordamos las TIC y el desarrollo comunitario en tres niveles:[9]

1. *Accesibilidad a nivel comunitario*. Se hace seguimiento del acceso a las TIC según los estándares de la UIT y los indicadores canadienses oficiales relativos al acceso, los equipos y los gastos. Esto se realiza mediante una encuesta anual de hogares y negocios en cinco comunidades a las que llega por vía aérea. Algunas de ellas recibieron sus primeros teléfonos tras nuestro primer sondeo y desde entonces disponen de servicios de telecomunicación de banda ancha, un salto tecnológico con el que otras comunidades podrán experimentar alrededor del mundo.
2. *Sectores y organizaciones*. Se evalúan la construcción de capacidades y el fortalecimiento organizacional para el "aprovechamiento" de las TIC sobre la base de la visión de la comunidad en términos de mejorar la salud, la educación y el desarrollo económico y del gobierno local. Los objetivos se medirán a partir de las metas, resultados y actividades de la comunidad, es decir de un marco de gestión basado en resultados. Durante los talleres, los miembros de la comunidad definen indicadores de las metas y los resultados que les incumben.
3. *Destrezas y conocimiento de la gente*. Se trata de evaluar cómo las TIC mejoran el conocimiento y las destrezas individuales. La gente debe primero familiarizarse con la tecnología antes de ingeniar posibles aplicaciones. Las destrezas no resultan suficientes para traducir la oportunidad en un beneficio tangible, pero constituyen una base. Hemos utilizado herramientas cualitativas para medir los cambios en el conocimiento y las destrezas de los estudiantes involucrados en el programa de acceso comunitario (CAP por su sigla en inglés) en zonas rurales de Canadá. La visualización de estos beneficios —de otro modo invisibles— conduce al empoderamiento de los estudiantes (Ramírez y otros 2000).

La construcción de capacidad local

Un desafío mayor en ambos contextos —África oriental y el norte de Canadá— constituye la creación de una masa crítica de recursos humanos capacitados, capaces de mantener vivo el fuego. En Tanzania se conformó una coalición de múltiples actores que ya cuenta con un historial de facilitación de talleres orientados a involucrar a los actores en el aprendizaje y mejoramiento del manejo de recursos naturales (Lightfoot y Groot 2002). Sus destrezas fueron puestas en práctica en talleres similares realizados en Uganda durante 2001. En Kenia dos grupos de agricultores han continuado el trabajo de facilitación y han adecuado el enfoque para abordar los conflictos y la planificación en los sectores cafetalero, ganadero, de la educación y la salud. En el norte de Canadá el trabajo continúa, con esfuerzos participativos de la comunidad, para asegurar que las TIC se utilicen en provecho de las prioridades comunitarias.

Conclusiones

Este trabajo tiende un puente entre las actuales perspectivas teóricas y metodológicas del manejo de los recursos naturales (MRN) y el campo de las tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo de comunidades rurales y remotas. Ambos campos de investigación comparten características comunes: la realidad que abordan es multidimensional, siempre cambiante, impredecible e involucra a múltiples actores. El MRN cuenta con un historial de experiencias teóricas y metodológicas en materia de planificación colaborativa y aprendizajes que responden a las características arriba mencionadas. En el campo de las TIC para el desarrollo, los enfoques teóricos y metodológicos se encuentran en una etapa incipiente de evolución. Sin embargo, en vista de circunstancias paralelas, varios cimientos del manejo de recursos naturales pueden convertirse en el fundamento de una nueva epistemología para abordar el tema de las TIC en el desarrollo rural. Los cuatro cimientos (reconocimiento de una diversidad de paradigmas; asumir el pluralismo, asumir un enfoque de sistemas, énfasis en el aprendizaje y la participación) probablemente no son los únicos, pero sientan las bases para un trabajo de investigación-acción. El que en esta materia subyace tras el presente análisis subraya la importancia de este puente interdisciplinario.

Usamos el calidoscopio como metáfora para esta nueva epistemología, una herramienta de múltiples prismas que nos ofrece una mirada diferente de la realidad y que varía según la perspectiva del usuario. Hasta aquí, la evidencia respecto del potencial de las TIC sugiere que un enfoque así —el del calidoscopio— puede ser el mejor medio para capturar las diversas dimensiones donde las tecnologías podrían tener impacto.

Notas

1 Harmeet Sawhney menciona una cita anónima que ilustra acertadamente esta idea: «Nadie cuenta el número de personas que cruzan el río a nado antes de construir el puente».

2 En el seno de esta complejidad multidimensional, empieza a surgir evidencia a corto plazo de cambios positivos en las zonas rurales. Por ahora los datos muestran que para los sectores rurales, la telefonía y la radio aportan oportunidades efectivas para la reducción de la pobreza, en contraste con el acceso a internet (Best y Maclay 2002, Kenny 2002). El excedente positivo que percibe el usuario (reducción de gastos como consecuencia de una llamada telefónica) puede convertirse en un incentivo suficiente para atraer a las zonas rurales a inversionistas privados en telecomunicación, siempre y cuando la regulación reduzca las barreras impuestas al ingreso (Richardson y otros 2000).

3 Tales metáforas se han usado anteriormente: Kai Lee usa la brújula y el giroscopio para ilustrar la dinámica entre la ciencia y la política medioambiental (Lee 1993).

4 Para una revisión y análisis de las diferentes metodologías para compatibilizar múltiples intereses, véase Ramírez 2001b.

5 En los campos más amplios del análisis de sistemas de información y redes, se describe claramente la dificultad de predecir los efectos a largo plazo de las TIC (van Dijk 1999, Bar y otros 2000).

6 Para mayores detalles, véanse Richardson y Ramírez 1999, Ramírez 2001a, Ramírez 2000.

7 En el contexto de la experiencia canadiense de las Comunidades Inteligentes, se han documentado algunas buenas prácticas. Véase http://smartcommunities.ic.gc.ca o http://198.103.246.211/toolkit/toolkit_e.asp

8 Los detalles metodológicos de las experiencias africanas aparecen en Lightfoot y otros 2001b, mientras que los trabajos canadienses se pueden encontrar en http://smart.knet.ca

9 Véase http://smart.knet.ca/.

Bibliografía citada

Ackoff, R. (1969). "Systems, organizations, and interdisciplinary research" en Emery, F. (ed.) *Systems Thinking*. Middlesex, England, Penguin Books.

Alsop, R. y Farrington, J. (1998). "Nests, nodes and niches: A system for process monitoring, information exchange and decision-making for multiple stakeholders" en *World Development*, 26 (2).

Anderson, J.; Clement, J. y Crowder, L. (1998). "Accommodating conflicting interests in forestry - concepts emerging from pluralism" en *Unasylva*, 49 (194).

Andrew, T. y Petkov, D. (2000). "Towards a systems thinking approach to the planning and design of rural telecommunication infrastructure". Trabajo presentado al World Congress of the Systems Sciences in Conjunction with the 44th Annual Meeting of the International Society for the Systems Sciences. Toronto, Canada, julio 16-22.

Balit, S. (1999). "Voices for Change: Rural Women and Communication" en Bar, F.; Cohen, Stephen S.; Cowhey, Peter; DeLong, Bradford J.; Kleeman, Michael y Zysman, John "Access and Innovation Policy for the Third-Generation Internet" en *Telecommunications Policy*, 24.

Bennetts, P.; Wood-Harper, A. y Mills, S. (2000). "A holistic approach to the management of information systems development: A review using soft systems approach and multiple viewpoints" en *Systemic Practice and Action Research*, 13 (2).

Best, M. y Maclay, C. (2002). "Community Internet access in rural areas: Solving the economic sustainability puzzle" en Kirkman, G.; Sachs, J.; Schwab, K. y Cornellius, P. (eds.) *The Global Information Technology Report 2001-2002: Readiness for the Networked World*. Oxford, U. K., Oxford University Press.

Borrini-Feyerabend, G. (1996). *Collaborative Management of Protected Areas: Tailoring the Approach to the Context*. Gland, Switzerland, IUCN.

Bryden, J. (1994). "Towards sustainable rural communities: From theory to action" en Bryden, J. (ed.) *Towards Sustainable Rural Communities: The Guelph Seminar Series*. Guelph, Canada, University of Guelph School of Rural Planning and Development.

Buck, L.; Geisler, C.; Schelhas, J. y Wollenberg, E. (2001). *Biological Diversity: Balancing Interests through Adaptive Collaborative Management*. Boca Raton, Florida, CRC Press.

Checkland, P. y Scholes, J. (1990). *Soft Systems Methodology in Action*. Chichester, U. K., John Wiley and Sons.

Churchman, C. (1971). *The Design of Inquiring Systems: Basic Concepts of Systems and Organization*. New York y London, Basic Books Inc. Publishers.

Cornwall, A.; Musyoki, S. y Pratt, G. (2001). "In search of a new impetus: practitioners' reflections on PRA and participation in Kenya". IDS Working Paper Nº 131. Brighton, U. K., IDS.

Costanza, R. y Folke, C. (1996). "The structure and function of ecological systems in relation to property-rights regimes" en Hanna, S.; Folke, C. y Mäller, K. G. (eds.) *Rights to Nature: Ecological, Economic, Cultural, and Political Principles of Institutions for the Environment*. Washington, D. C. y Covelo, California, Island Press.

Daniels, S. y Walker, G. (2001). *Working Through Environmental Conflict: The Collaborative Learning Approach*. Westport, Connecticut y London, Praeger.

Emery, F. y Trist, E. (1969). "The causal texture of organizational environments" en Emery, F. (ed.) *Systems Thinking*. Middlesex, U. K., Penguin Books.

Emery, F. (1969). *Systems Thinking*. Middlesex, U. K., Penguin Books.

Engel, P. y Salomon, M. (1997). *Facilitating Innovation for Development*. Amsterdam, Royal Tropical Institute.

Groot, A. y Maarleveld, M. (2000). "Demystifying Facilitation in Participatory Development". Gatekeeper Series, Vol. 89. London, IIED.

Guijt, I. (1998). "Participatory Monitoring and Impact Assessment of Sustainable Agriculture Initiatives: An Introduction to Key Elements". SARL Discussion Paper, Vol. 1. London, IIED.

Gunderson, L.; Holling, C. y Light, S. (1995). *Barriers and Bridges to the Renewal of Ecosystems and Institutions*. New York, Columbia University Press.

Heeks, R. (1999). "The Tyranny of Participation in Information Systems: Learning from Development Projects". Working Paper Nº 4. U. K., The University of Manchester.

Heeks, R. (2002). "I-development not e-development: Special issue on ICTs and development" en *Journal of International Development*, 14 (1).

Holling, C. y Sanderson, S. (1996). "Dynamics of (dis)harmony in ecological and social systems" en Hanna, S.; Folke, C. y Mäller, K. G. (eds.) *Rights to Nature: Ecological, Economic, Cultural, and Political Principles of Institutions for the Environment*. Washington, D. C. y Covelo, California, Island Press.

Houghton, J. (1999). "Mapping information industries and markets" en *Telecommunications Policy*, 23.

Jansen, S. (1989). "Gender and the information society: A socially constructed silence" en *Journal of Communication*, 39 (3).

Jiggins, J. y Röling, N. (1997). "Action research in natural resource management: Marginal in the first paradigm, core in the second" en Albadalejo, C. y Casabianca, F. (eds.) *Pour une Méthodologie de la Recherche Action*. Versailles, INRA/SAD.

Kenny, C. (2002). "Information and Communication Technologies for Direct Poverty Alleviation: Costs and Benefits" en *Development Policy Review*, 20 (2).

Kirkman, G.; Osorio, C. y Sachs, J. (2002). "The networked readiness index: Measuring the preparedness of nations for the networked world" en Kirkman, G.; Sachs, J.; Schwab, K. y Cornellius, P. (eds.) *The Global Information Technology Report 2001-2002: Readiness for the Networked World*. Oxford, U. K., Oxford University Press.

Lee, K. (1993). *Compass and Gyroscope: Integrating Science and Politics for the Environment*. Washington, D. C., Island Press.

Lightfoot, C.; Fernández, M.; Noble, R.; Ramírez, R.; Groot, A.; Fernández-Baca, E.; Shao, F.; Muro, G.; Okelabo, S.; Mugenyi, A.; Bekalo, I.; Rianga, A. y Obare, L. (2001a). "A learning approach to community agroecosystem management" en Flora, C. (ed.) *Interactions Between Agroecosystems and Rural Communities*. Boca Raton, California, CRC Press.

Lightfoot, C. y Groot, A. (2002). "How could multi-stakeholder collaboration in ASPS contribute to poverty, gender equity, empowerment, governance, and democracy?" Trabajo presentado al Development Workers Workshop "How to Involve Farmers in the Implementation of the Agricultural Sector Support Programme", abril 2-6. Tune, Denmark, F. Dolberg.

Lightfoot, C.; Ramírez, R.; Groot, A. N.; Alders, R.; Shao, C.; Kisauzi, F. y Bekalo, I. (2001b). "Learning Our Way Ahead: Navigating Institutional Change and Agricultural Decentralisation". Gatekeeper Series Nº 98. London, IIED.

Mansell, R. (1999). "Information and communication technologies for development: Assessing the potential and the risks" en *Telecommunications Policy*, 23.

Mansell, R. y Wehn, U. (1998). *Knowledge Societies: Information Technology for Sustainable Development*. Oxford, Published for and on behalf of the United Nations by Oxford University Press.

Maxwell, D. (1996). "Measuring food insecurity: The frequency and severing of 'coping strategies'" en *Food Policy*, 21 (3).

Melody, W. (1996). "Toward a framework for designing information society policies" en *Telecommunications Policy*, 20 (4).

Menou, M. y Potvin, J. (2000). "Towards a Conceptual Framework for Learning about ICTs and Knowledge in the Process of Development". GK-Leap Conceptual Framework. Ottawa, Bellanet, IDRC.

Minges, M. (s/f.) "Counting the Net: Internet Access Indicators". http://www.isoc.org/isoc/conferences/inet/00/cdproceedings/8e/8e_1.htm

Moore, J.; Ramírez, R.; Coghlan, S.; Oliphant, D. y Whiteford, K. (2001). "Community Network as a Learning Organization: An outcome of academic and community collaboration". Trabajo presentado en el II Congreso Global de Redes Ciudadanas, diciembre 5-7. Buenos Aires, Argentina.

OECD. (2001). *Information and communication technologies and rural development*. Paris, OECD.

Pigg, K. E. (2001). "Applications of community informatics for building community and enhancing civic society en *Information, Communication & Society*, 4 (4).

Pretty, J.; Guijt, I.; Scoones, I. y Thompson, J. (1995). *A Trainer's Guide for Participatory Learning and Action*. London, IIED.

Ramírez, R. (1999a). "Participatory learning and communication approaches for managing pluralism: Implications for sustainable forestry, agriculture and rural development". Trabajo presentado en el taller internacional *Pluralism and Sustainable Forestry and Rural Development*. Roma, diciembre 9-12, 1997.

Ramírez, R. (1999b) "Stakeholder analysis and conflict management" en Buckles, D. (ed.) *Conflict and Collaboration in Natural Resource Management*. Ottawa y Washington, IDRC y Banco Mundial.

Ramírez, R. (2000). "Rural and remote communities harnessing information and communication technology for community development. Tesis de Ph. D. no publicada. Interdisciplinary Rural Studies. Guelph, Ontario, Canada, University of Guelph.

Ramírez, R. (2001a). "A model for rural and remote information and communication technologies: A Canadian exploration" en *Telecommunications Policy*, 25 (5).

Ramírez, R. (2001b). "Understanding the approaches for accommodating multiple stakeholders' interests" en *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 1 (3/4).

Ramírez, R.; Murray, D.; Kora, G. y Richardson, D. (2000). "Evaluation Report: Rural Resources Partnership for Oxford County Library and HRDC". Guelph, Ontario, Canada, University of Guelph.

Richardson, D. y Ramírez, R. (1999). "'PACTS' for rural Ontario: Partnerships, accessibility and connectivity transformation strategies for rural Ontario" en *Agri-Food Research in Ontario*, 23 (1).

Richardson, D.; Ramírez, R. y Haq, M. (2000). "Grameen Telecom's Village Phone Programme: A Multi-Media Case Study" en www.telecommons.com/villagephone

Rhoades, R. (1998). "Participatory watershed research and management: Where the shadow falls". Gatekeeper Series N° 81. London, IIED.

Röling, N. y Jiggins, J. (1998). "The ecological knowledge system" en Röling, N. y Wagemakers, M. (eds.) *Facilitating Sustainable Agriculture: Participatory Learning and Adaptive Management in Times of Environmental Uncertainty*. Cambridge, U. K., Cambridge University Press.

Röling, N. y Wagemakers, M. (1998). (eds.) *Facilitating Sustainable Agriculture: Participatory Learning and Adaptive Management in Times of Environmental Uncertainty*. Cambridge, U. K., Cambridge University Press.

Sawhney, H. (2001). "Dynamics of infrastructure development: The role of metaphors, political will and sunk investment" en *Media, Culture & Society*, 23.

Stoll, K.; Menou, M.; Camacho, K. y Khellady, Y. (2002). *Learning about ICTs' Role in Development: A Framework Towards a Participatory, Transparent and Continuous Process*. Ottawa, IDRC.

TeleCommons Development Group. (2002). "Kuh-Ke-Nah SMART First Nations Demonstration Project: Community Engagement Workshops November 2001 - January 2002". Guelph, Ontario, Canada, TeleCommons Development Group.

Trist, E. (1981). "The Evolution of Socio-Technical Systems: A Conceptual Framework and an Action Research Program" en *Issues in the Quality of Working Life*, Vol. 2. Toronto, Ontario Ministry of Labour & Ontario Quality of Working Life Centre.

van Dam, C. (2000). "Two decades of participatory development... but how participatory?" en *Forests, Trees and People Newlsetter*, 42.

van Dijk, J. (1999). *The Network Society : Social Aspects of New Media*. London y Thousand Oaks, California, Sage.

van Dijk, J. (2001). "The ideology behind 'closing digital divides': Applying static analysis to dynamic gaps" en *Statistics: Lies, Damn Lies*. IAMCR/ICA Symposium on the Digital Divide, noviembre 15-17. Austin, Texas, University of Texas.

Wollenberg, E.; Edmunds, D. y Anderson, J. (2001). "Pluralism and the less powerful: Accommodating multiple interests in local forest management" en *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 1 (3).

Woodhill, J. y Röling, N. (1998). "The second wing of the eagle: The human dimension in learning our way to more sustainable futures" en Röling, N. y Wagemakers, M. (eds.) *Facilitating Sustainable Agriculture: Participatory Learning and Adaptive Management in Times of Environmental Uncertainty*. Cambridge, U. K., Cambridge University Press.

Amenazas y desafíos

Extracto de *La información quiere ser libre*

Seán Ó Siochrú y Bruce Girard

En las últimas décadas se han dado cambios enormes respecto de como la sociedad lucha por encontrar un equilibrio entre premiar la creatividad y la difusión de ideas e información, por un lado, y construir y mantener un espacio para la comprensión y el discurso público sobre nuestras instituciones políticas y sociales, por el otro. Hay cambios positivos y negativos pero los segundos han predominado.

Los peligros actuales se pueden resumir de la siguiente manera.

Los derechos de autor y ese equilibrio esquivo

El monopolio otorgado a los titulares de los derechos de autor se ha extendido mucho más allá de lo que podría ser un incentivo razonable a la creatividad.[1] En virtud de las normas del Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC), las patentes vencen a los 20 años de haber sido registradas, pero los derechos de autor son exigibles durante 50 años a partir de la muerte de su autor y por un total de 50 años cuando una empresa es su propietaria[2]. De hecho, el fundamento mismo de este raciocinio ha sido persuasivamente puesto en tela de juicio por la izquierda (Mogeln 1999, Benkler 2002) y la derecha (Clement 2003, Landes y Posner 2002), que obviamente proponen soluciones diferentes.

Ramírez, R. (2003). "Bridging disciplines: The natural resource management kaleidoscope for understanding ICTs" en *The Journal of Development Communication*, 1 (14). Reproducción autorizada por el autor.

Sin embargo, hay presiones fuertes y sostenidas para extender esta protección. En Estados Unidos y la Unión Europea, que marcan el paso respecto de los derechos de autor, se otorga 70 años de protección a los titulares luego de su muerte. No es exagerado decir que el plazo de los derechos de autor se extiende (siempre retroactivamente) en Estados Unidos cada vez que la titularidad de Disney sobre Mickey Mouse está a punto de caducar (Lessig 2002).

¿Cuál es el resultado práctico de estas continuas extensiones de los derechos de autor, aparte de garantizar mayores ganancias para los titulares de los derechos de autor, principalmente las empresas multimedia?

Un aspecto se refiere al equilibrio del comercio y las enormes sumas pagadas por los países en desarrollo dado que la industria de los derechos de autor está preponderantemente dominada por Estados Unidos y Europa. Pero esto viene acompañado del impacto en los intentos por desarrollar industrias de los derechos de autor. Algunos países en desarrollo, tal como la India, han logrado grandes avances en programas de *software* —con un valor de más de US$ 10 mil millones en 2001-2002, de los cuales se exportaron US$ 7.8 mil millones (Palast 2002) —, de modo que un régimen de derechos de autor equivalente al de sus mercados principales en los países desarrollados resulta imperativo, no sólo económica sino políticamente. De igual manera, el valor agregado de la industria de los derechos de autor en Uruguay y Brasil creció en 6 y 7 por ciento respectivamente en 1998 (OMPI 2002). Sin embargo, éstas son excepciones y, por lo general, los países en desarrollo carecen de la infraestructura nacional necesaria para desarrollar una industria de derechos de autor. Por ello, aunque un régimen reforzado de derechos de autor podría mejorar las posibilidades para la industria local, en ausencia de otros requerimientos el resultado podría ser una mayor canalización de pagos por derechos de autor a las industrias extranjeras. También está el tema de que la mayoría de los países más pequeños tendrían que depender del mercado externo para construir esta industria, ya que el nacional sería demasiado reducido para sostenerla. En suma, es probable que la mayor parte de los países en desarrollo resulten considerablemente desfavorecidos por la imposición de un régimen de derechos de autor demasiado oneroso,[3] razón por la cual tantos se oponen a ello.

Una segunda consecuencia, relacionada con la primera, es que los frutos del quehacer intelectual son más caros de lo que deberían. No se trata sólo de tener que pagar más por los libros o para ver un vídeo, una película o escuchar música, si bien esto afecta a miles de millones de personas.[4] Esto también atañe a la información científica y de investigación. Ha crecido enormemente el costo de las publicaciones científicas, incluidas las suscripciones por internet, debido a que los gigantes de la publicación engullen a las pequeñas industrias especializadas. Un informe de la UNESCO (1998) señaló que las universidades africanas, que ya tienen graves problemas financieros debido a la situación económica general, enfrentan dificultades:

> «La mayoría ya no pueden solventar la compra de libros nuevos, y gran parte de las suscripciones periódicas han sido canceladas. Incapaces de acceder a las nuevas tecnologías de la información, las bibliotecas de las universidades africanas en particular, y el mundo académico africano en general, enfrentan un futuro nada prometedor».

Otros obstáculos graves, aun para las universidades con más recursos, surgen de la necesidad de conseguir permisos para pagar derechos de autor sobre los materiales que necesitan los profesores y los alumnos. La educación es un negocio enorme y creciente, y tener el monopolio sobre los recursos clave es una gran ventaja. El ADPIC ha eliminado gran parte de la flexibilidad que había en materia de derechos de autor y de propiedad intelectual en general,[5] incrementando su valor mundialmente.

Otro efecto de la revolución de la electrónica ha sido exacerbar la tensión entre los titulares de los

derechos de autor y la reproducción para la "libre utilización de obras en algunos casos", como la educación, que es un tema cuidadosamente contemplado en el Convenio de Berna (Artículo 10) como parte integral del equilibrio en los derechos de autor. En estos usos no comerciales —de investigación, educativos y de archivo— está permitida la reproducción parcial, a pequeña escala, lo que de ningún modo basta para atender las necesidades de los países más pobres, por ser usos demasiado restrictivos (UK Commission on IPRs 2002), pero incluso lo que sí cubren se verá amenazado en el futuro de la era digital.

Precisamente porque la digitalización permite una perfecta reproducción sin autorización y a bajo costo, la industria de los derechos de autor está utilizando cada vez más tecnología de encriptación y otros medios para restringir el acceso, sin preservar la "libre utilización de obras en algunos casos", que incluye el derecho de hojear, compartir y hacer copias privadas sin infringir los derechos de autor, aunque sí se requiere inicialmente de acceso a una copia autorizada. En los lugares en los que el acceso a internet es mayormente escaso y las suscripciones *online* son inasequibles, la ausencia de medidas específicas para permitir el uso razonable puede ser un grave obstáculo práctico. Cabe mencionar aquí el Tratado de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) sobre Derechos de Autor, que fue ratificado por 39 países y entró en vigor en 2002.[6] El Artículo 11 señala la obligación de impedir la elusión de la encriptación y otras medidas utilizadas por los titulares de los derechos de autor «en relación con el ejercicio de sus derechos conforme a este Tratado o al Convenio de Berna [...] que no estén autorizados por los autores respectivos o por ley». Aunque el principio general de la "libre utilización de obras en algunos casos" está presente en el Tratado, no se hace mención explícita a posibilitar el "uso no comercial" en la práctica.

La OMPI expresa una preocupación relacionada en esta área, que es la tendencia en los contenidos digitales a establecer una base contractual para el acceso:

> « [...] cada vez más, las obras sujetas a derechos de autor no son vendidas como se vendía un libro o un videocasete en el pasado, sino que son autorizadas bajo ciertos términos y condiciones de uso. Nuestro acceso a estas obras está cada vez más sujeto a contrato, lo que podría tener un impacto en la aplicación de las excepciones y limitaciones, que son la forma tradicional de equilibrar el sistema de derechos de autor con el propósito de preservar los derechos de los consumidores y el interés público».

Los obstáculos al establecimiento del uso no comercial razonable en la práctica, en el contexto de la encriptación y de los términos contractuales de acceso estrictos, podrían entonces ser insuperables.

La Comisión de Derechos de Propiedad Intelectual del Reino Unido señala:

> «Existe la preocupación de que los países en desarrollo se verán presionados, por ejemplo en el contexto de acuerdos bilaterales con los países desarrollados, a acceder al Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor, o incluso a adoptar prohibiciones más estrictas contra la evasión de los sistemas de protección tecnológica y se reduzca el alcance del "uso razonable" en los medios digitales» (UK Commission).

Aunque el Tratado permite que los países apliquen las excepciones y limitaciones existentes al ámbito digital, o incluso agreguen otras que sean «apropiadas en el entorno de las redes digitales» (OPMI),[7] esto no es automático. Es en la brecha entre lo permitido y lo que ponen en práctica los gobiernos que las presiones bilaterales son más persuasivas.

La ley de derechos de autor para medios digitales de Estados Unidos (la *US Digital Millennium Copyright Act*, o DMCA por su sigla en inglés) de 1998 va aún más allá y traza una poderosa tendencia. Bajo el Tratado Mundial sobre Derechos de Autor sólo es ilegal evadir la encriptación cuando se afectan esos derechos. En Estados Unidos es ilegal incluso

cuando no son vulnerados. También cabe señalar que la "protección tecnológica" es indefinida, pues no se estipula límite temporal alguno.

La *sui generis* protección para bases de datos y derechos de autor de la Unión Europea también tiene consecuencias en el uso razonable. En países tanto ricos como pobres el acceso a bases de datos —sean sobre el rendimiento económico, las tendencias meteorológicas, estadísticas demográficas o catálogos de investigación— hace parte del proceso de investigación de casi cualquier disciplina. Reforzar los derechos de autor sobre las bases de datos afecta el costo y esto a su vez tiene un impacto desproporcionado en las actividades de investigación en los países pobres, especialmente donde los productores de bases de datos comerciales creen poder maximizar sus ganancias a través de paquetes de alto costo y bajo volumen. Si bien hay excepciones para el uso educativo y científico, no se extienden a otros países a menos que éstos dicten una legislación recíproca, lo cual abre las puertas a empresas de bases de datos extranjeras y puede incluso restringir la información generada localmente.

Está además el tema del *software*. Los productos para los que más valor tienen los derechos de autor son paquetes estándar de *software* empresarial e institucional, tales como los procesadores de textos, hojas de cálculo, bases de datos, navegadores de internet y similares, pues son los más fáciles de copiar y tienen un mercado masivo. La reproducción no autorizada casi no es un problema en las aplicaciones de *software* personalizadas. Éstas son las más útiles para el mundo menos desarrollado, que tiene negocios más pequeños, menores destrezas en las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) y un uso menos sofisticado de las mismas. El problema de la reproducción no autorizada es, en valores absolutos, mayor en los países desarrollados, en los que las TIC están prácticamente en todos lados. Sin embargo, en los países más pobres la reproducción no autorizada puede ser la única opción disponible para muchos usuarios, y la débil imposición de los derechos de autor ha sido sin duda un factor importante en la difusión de estas tecnologías. Inevitablemente, una protección e imposición reforzadas como las del ADPIC reduciría el uso y el acceso a estas tecnologías, con lo que se limitaría la participación en la "economía del conocimiento".

Recientemente, el *software* libre y de código abierto[8] (FOSS por sus siglas en inglés) ha surgido como una alternativa asequible. En vista de este reto, las principales empresas de *software* sin duda toman en cuenta el potencial de reproducción y venta no autorizadas para crear un mercado cautivo futuro para sus productos. En vista de esta posibilidad, podrían contentarse con su utilización por parte de usuarios que no pueden pagarlos, dado que en algún momento muchos sí podrán hacerlo. Las empresas de *software* ya ofrecen precios y políticas de difusión especiales para captar clientes —aunque paguen muy poco— debido en parte a su temor de que se generalice el uso del *software* de código abierto.

En general, parece que la práctica de los derechos de autor se ha alejado de sus intenciones manifiestas y de sus orígenes en diversas convenciones, tratados y constituciones nacionales. La idea inicial fue otorgar un derecho de monopolio temporal que fuera tolerado por el público a fin de incentivar y así sostener la creatividad y la innovación, pero con la garantía de un inminente retorno a la esfera pública dentro de un plazo razonable. Mientras tanto, la "libre utilización de obras en algunos casos" y el "comercio justo" proporcionan un mínimo básico para los usos científicos, educativos y culturales, que son esenciales para que estas áreas no sean obstaculizadas. La atmósfera actual es que los derechos de autor son un activo que puede tenerse prácticamente a perpetuidad, con excepciones en casos especiales mientras no se perjudiquen los intereses de los titulares irrazonablemente.[9]

La OMPI es un ejemplo de ello, tanto más desafortunado por ser una organización de las Naciones Unidas. Su informe referencial, que se cita varias veces aquí respecto de los derechos de propiedad intelectual en internet, elude completamente el tema del principio central del ingreso de los derechos de autor en el dominio público, si bien aborda el tema del alcance de los derechos de autor en el ámbito digital. Es probable que esto sea un reflejo de la realidad: en la práctica, la duración de la protección de los derechos de autor es tan larga que resulta irrelevante para el ámbito digital. A lo largo del informe, los derechos parecen asociarse a los titulares —reconociéndole acceso al público sólo por excepción— y se diría que la meta principal es el comercio. Considérese la siguiente afirmación sobre el Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor:

> « [...] la meta de los diseñadores de políticas públicas es lograr un equilibrio apropiado en la ley, otorgando derechos sólidos y eficaces, pero dentro de límites razonables y con excepciones justas. Si este esfuerzo es exitoso, el resultado deberá ser un impacto positivo desde todas las perspectivas. El comercio de obras, actuaciones, fonogramas y otros objetos protegidos por los derechos de autor será un elemento principal del comercio electrónico mundial, que crecerá y prosperará con el valor del material comercializado. Si los titulares de los derechos están seguros de su capacidad de vender y autorizar el uso de su propiedad por internet, explotarán el mercado plenamente y ofrecerán obras de mayor valor a través de este medio. Limitaciones y excepciones apropiadas seguirán protegiendo los usos de interés público. El resultado será un beneficio para los consumidores, los titulares de los derechos, los proveedores de servicios y las culturas y economías nacionales; una verdadera situación de provecho mutuo».

Así, el interés público estaría protegido por limitaciones y excepciones apropiadas, y presumiblemente por el comercio, pero no por su entrada al dominio público. La preocupación por un equilibrio real está completamente ausente, y ha sido reemplazada por una sensación de sacrificio casi generoso por parte de los titulares de los derechos de autor en relación con el control de sus activos en circunstancias estrictamente controladas. Más adelante, en el contexto del comercio electrónico, el informe habla de la necesidad de «dar a los titulares de los derechos de propiedad intelectual y empresas comerciales la seguridad de que sus activos estarán protegidos en el entorno del internet» y, al respecto, de la importancia de establecer un marco apropiado de propiedad intelectual. Sin embargo, no se menciona garantizar una seguridad al público en general de que los materiales protegidos no le serán negados al dominio público a perpetuidad.

La última palabra la define el ya citado informe de la UNESCO, que resumió la situación general:

> «Los derechos de autor surgieron como uno de los medios más importantes de regular el flujo internacional de ideas y productos basados en el conocimiento, y serán una herramienta central para las industrias del conocimiento del siglo XXI. Los que controlan los derechos de autor tienen una ventaja considerable en la economía mundial emergente basada en los conocimientos. El hecho es que los derechos de autor están en manos de los principales países industrializados y de las grandes empresas multimedia, con lo que las naciones de menores ingresos per cápita y las economías más pequeñas están en considerable desventaja».

Una esfera pública amenazada

En relación con la esfera pública y el derecho a la información, las tendencias actuales generan preocupaciones aún más graves en ciertos aspectos que son fundamentales para la democracia representativa.

El fin del siglo XX atestiguó la creciente intrusión en la esfera pública de la información convertida en mercancía e interacciones mediadas por el mercado, y el bloqueo de las oportunidades de construir una esfera pública renovada y vigorosa. También fuimos testigos del papel decreciente de los gobiernos y de las organizaciones de la ONU en la gobernanza de los medios y la comunicación. El ascenso de organizaciones como la OMC y la Corporación de Internet

Sociedad de la información y derecho a la comunicación

para Nombres y Números Asignados (ICANN por su sigla en inglés) sólo puede ser ilustrativo de esta tendencia.

¿Qué significa esto en la práctica? Hay varias áreas cruciales de preocupación.

La concentración y centralización de la propiedad sí ofrece la ventaja de permitir economías de escala. Sin embargo, éstas no se implementan de manera que optimicen las noticias y los temas de actualidad, ni contenidos educativos o que representen reto alguno. Más bien, se utilizan para captar a las audiencias más lucrativas con programas que pueden ser fácilmente reutilizados y difundidos en los mercados mundiales, principalmente de entretenimiento con limitado contenido o interés cultural. Sin embargo, el peligro clave es la reducción de la diversidad de los programas y de las perspectivas disponibles. La subyugación de los contenidos a los imperativos comerciales elimina todo incentivo a retar el statu quo o a tomar riesgos. Más bien, introduce una fuerte preferencia por el entretenimiento en cualquier contenido, lo que ha llevado a la degradación de la calidad de las noticias tan evidente en los últimos años. Esto se aplica a toda la gama de medios. La propiedad cruzada de los medios, por la que diversos medios son de propiedad de una sola entidad empresarial, tiende a reducir todavía más la diversidad y la pluralidad, al reducir aún más el número de salidas realmente independientes y el mayor intercambio de contenidos.

Los medios del sector privado también ponen un énfasis en la publicidad. Su mensaje consumista —poco velado pero profundamente ideológico— tiene un impacto cultural corrosivo. Igualmente grave es que la presión de los anunciantes crea un marcado sesgo hacia las audiencias que disponen de ingresos, mientras que ignora casi por completo a quienes no los tienen. Esto conduce a que los medios sean para los adinerados, especialmente en los países en desarrollo.

Más allá de esto, hay otro peligro a la vista, una perspectiva temible que con suerte no avanzará demasiado. Es el surgimiento en algunos países de una unión más íntima entre los medios y el poder económico y político. Ya se ha mencionado la evidente colusión entre algunos gobiernos y los medios del sector privado —por ejemplo en algunos países anteriormente soviéticos—, que muchas veces ha estado acompañada de intimidación. Más alarmante, en cierto sentido, es el caso de Italia, donde el líder político es también el mayor propietario de los medios y donde —pese a las declaraciones en sentido contrario— muchos creen que ha utilizado sus influencias en aquellos para obtener poder y eludir la crítica. Otra variante se puede ver en Venezuela, país a propósito del cual incluso la revista conservadora *The Economist* ha criticado a los medios por confabularse con el sector empresarial para tratar de derrocar al gobierno democráticamente elegido.[10] Más sutil es la situación en el Reino Unido, donde todos los sectores acusan regularmente al gobierno de Blair de implementar un régimen normativo que favorece a la News Corporation en vista del enorme poder que ejerce sobre la opinión pública. Tal vez éste sea un ejemplo de como los medios pueden alcanzar cierto umbral de poder e influencia que el gobierno ya no puede regular eficazmente por temor a las consecuencias negativas en su desempeño electoral.

Estos casos dan cuenta de algo que va más allá de la influencia empresarial o de los medios, e incluso de una alianza tácita o unión de intereses estratégicos. Están más cerca de una estrecha fusión de los medios con los intereses políticos y económicos. Todos son casos de un menoscabo de la esfera pública y de la descomposición total o parcial del "pacto" entre el pueblo y el gobierno, en el sentido de que los intereses particulares introducen distorsiones graves y deliberadas en el discurso público.

En la historia reciente, una de las muestras más trágicas de la influencia de los medios y de su secuestro por el poder político fue la Radio Mille Collines (aunque

en este caso el medio en cuestión era simplemente una herramienta del poder político). Ésta fue la estación que incitó al genocidio en Ruanda y se considera que desempeñó un papel importante en la propagación rápida y extensa de las matanzas. Eran circunstancias excepcionales donde no existía límite social alguno. Pero la pregunta que no obstante cabría hacerse es ¿en qué se diferencia esto (en términos de impacto) de los medios que —en última instancia por razones comerciales— en una nación rica y poderosa incitan o apoyan al gobierno a entrar en una guerra contra otro país? ¿Radica la única diferencia en que la sangre se derrama en otro suelo? También aquí se trata de asegurar una esfera pública saludable.

En lo que concierne a los derechos a la información y la comunicación, la situación también es precaria y está empeorando. Los ataques en Nueva York y Washington en septiembre de 2001 y la correspondiente declaración de guerra de Estados Unidos contra la amenaza terrorista mundial han desencadenado una serie de intentos, a nivel nacional e internacional, por adoptar leyes de protección contra los ataques terroristas. Incluyen la restricción de los derechos a la información y la comunicación, tan arduamente conseguidos, y un fuerte aumento en la vigilancia digital. Muchas de estas normas se caracterizan por un escaso debate público, toda vez que son aprobadas precipitadamente en un clima de temor, intolerancia al disenso y polarización de posiciones.

El creciente antagonismo entre los derechos de autor y la esfera pública

Otra característica emerge en la era presente, que ofrece otra perspectiva de los temas en cuestión y podría tener importantes consecuencias para el futuro. También justifica la inclusión aquí de estos dos conjuntos clave de reglas sociales acerca de la información.

Lo que caracteriza a la era actual es que estos dos pilares de normas sociales sobre la información —los derechos de autor y la esfera pública— *entran cada vez más en conflicto*.

Aunque siempre ha habido tensión entre los dos, ahora el uno se opone directamente al otro. Específicamente, la profundidad y la amplitud del régimen de derechos de autor, apoyado por el poder de la industria del ramo, sus gobiernos y los procedimientos coercitivos de la OMC, han llegado a un punto en el que una mayor expansión ya no es cuestionable sólo desde una perspectiva económica o del desarrollo, sino que *amenaza con menoscabar la esfera pública y, con ello, el sistema de democracia representativa*. Lo que se necesita, si vamos a atender a las necesidades de los países menos desarrollados y seguir reforzando los principios democráticos, es la restauración de un equilibrio razonable.

Hasta recientemente, los dos rara vez se enfrentaban directamente. Los derechos humanos y la esfera pública venían haciéndose su lugar lentamente, sobre la base de luchas libradas a nivel nacional y de un profundo deseo de libertad de expresión y equidad social, y recibieron un gran impulso tras la Segunda Guerra Mundial. Los derechos de autor se han expandido continuamente; desde su interés inicial por proteger a los autores y editores de libros, hasta abarcar los medios nuevos (inclusive los programas de *software*) y reclamar derechos conexos y periodos de monopolio siempre más largos. En este momento, los derechos de autor y el poder de la industria son tales que están carcomiendo no sólo el potencial dominio público futuro en general, sino también *esa área particularmente sensible e importante que es la de la esfera pública y los derechos a la información*.

Dicho de otra manera, un requisito central de la esfera pública es que todas las personas tengan un acceso equitativo y disponible a la información y el análisis imparciales. Esta área de la información, que está parcialmente en el dominio público, pero también en parte en la esfera restringida de la información sobre derechos de autor, es crucial para el funcionamiento de la democracia representativa

y la equidad social. Sin embargo, los derechos de autor funcionan en la dirección opuesta, ya que restringen la información. Lo que ocurre ahora —con la creciente comercialización de los medios y el debilitamiento de la normativa que protege el interés público— es que, cada vez más, mucha información crucial para el funcionamiento de la esfera pública queda sujeta a los derechos de autor. Y la industria de los derechos de autor no es lenta cuando se trata de maximizar el valor que puede obtener de sus derechos a esta información. Esto significa, a su vez, que el acceso a la información está cada vez más determinado *por quien lo puede costear, y que la naturaleza misma de la información se transforma para maximizar el valor y las ganancias que generan sus productos.*

Notas

1 Resulta oportuna la reformulación de Greg Palast (2002) de un comentario famoso: «Como diría Isaac Newton hoy en día, "si veo más allá, es porque me paro en los hombros de gigantes demasiado tontos como para patentar sus descubrimientos"».

2 Según la UK Commission on Intellectual Property Rights (2002) no hay una lógica económica clara para que la protección a los derechos de autor sea tanto más larga que la de las patentes.

3 La Comisión del Reino Unido sobre los derechos de propiedad intelectual concluye: «Muchos países en desarrollo han protegido los derechos de autor desde hace mucho tiempo, pero esta protección no ha sido suficiente para estimular el crecimiento de las industrias. Dado que la mayoría de los países en desarrollo, sobre todo los más pequeños, son predominantemente importadores de materiales registrados, y que los beneficiarios principales son por ende los titulares extranjeros de los derechos, la operación del sistema de derechos de autor puede implicar más costos que beneficios para ellos».

4 En el caso del cine no sólo se trata de los derechos de autor sobre la película misma —cuyo uso mayor se da en pocos años o incluso meses— sino también el costo adicional de los derechos que deben pagar los productores por la utilización de cada imagen registrada que aparece en la película.

5 «Los Convenios de París y de Berna [...] permitieron considerable flexibilidad en el diseño de los regímenes de propiedad intelectual. Con la llegada del ADPIC, se ha eliminado gran parte de esta flexibilidad. Los países ya no pueden seguir el camino que Suiza, Corea o Taiwán adoptaron en su propio desarrollo» (UK Commission on IPRs).

6 En diciembre de 1996, tras la Conferencia Diplomática de la OMPI, se adoptó un nuevo tratado (CRNR/DC/94 - Tratado OMPI sobre Derechos de Autor). Los 39 países habían suscrito el acuerdo el 15 de enero de 2003.

7 OMPI, op. cit., nota 44, Artículo 10.

8 Código abierto no es "sin costo", pero muchos creen que los reduce considerablemente en el largo plazo, que puede ser personalizado según las necesidades locales y que aumenta la capacidad de la tecnología de información a nivel nacional.

9 El vocabulario es propio del Convenio de Berna y del ADPIC, Artículos 9 (2) y 13 respectivamente. El asunto es que esta forma de acceso nunca buscó ser el principal modo de proteger el interés público, como parece serlo ahora. Véase en el sitio de la OMPI: Tratados de protección a la propiedad intelectual.

10 En un editorial del 6 de febrero de 2003, *The Economist* manifestó: «Careciendo de un programa coherente más allá del antichavismo, la oposición depende demasiado de los periódicos y las estaciones de televisión que le pertenecen para tomar el lugar de los partidos políticos». Los medios masivos en Venezuela están dominados por la familia Cisneros, una de las más ricas de Latinoamérica.

Bibliografía citada

Benkler, Yochi (2001). "Coase's Penguin, or Linux and the Nature of the Firm". Trabajo presentado en la 29 Telecom Policy Research Conference, septiembre 24.

Clement, Douglas (2003). "Creation Myths: Does Innovation Require Intellectual Property Rights?" en *Reason Online: Free Minds and Free Markets*, 2 de marzo.

Landes, William y Posner, Richard A. (2002). "Indefinitely Renewable Copyright". Documento de trabajo N° 154. University of Chicago Law and Economics.

Lessig, L. (2002). *The future of ideas*. New York, Vintage Books.

Mogeln, Eben (1999). "*Anarchism Triumphant: Free Software and the Death of Copyright*" en *First Monday*, 4 (8).

OMPI (2002). *Intellectual Property Rights on the Internet: A Survey of Issues*. Geneva.

Palast, G. (2002). *The Best Democracy Money Can Buy*. London, Pluto Press.

UK Commission on Intellectual Property Rights (2002). Integrating Intellectual Property Rights and Development Policy. London.

UNESCO (1998). *World Information Report 1997/98*. Paris.

Claves para la incorporación creativa de las tecnologías de la información y la comunicación a los movimientos sociales

Extracto de *Comunicación, redes y cambio social*

Víctor Manuel Marí Sáez

e las banderas al viento a las redes multiformes

El camino que han ido haciendo los movimientos sociales desde los años setenta hasta nuestros días se podría releer como un proceso paradójico que ha llegado a reunir de nuevas formas los fragmentos dispersos que hizo saltar por los aires el proceso de globalización. Se produce un encuentro entre organizaciones diferentes, aparentemente inconexas, pero que en lo profundo y esencial descubren unos mismos motivos por los que juntarse, en uniones más complejas, ricas y plurales de las que eran posibles de generar los *batallones ordenados* del periodo fordista.

En esta época de transición es importante estar atentos a los signos que apuntan al nacimiento de nuevas redes de solidaridad y de comunicación. Manuel Castells (1988) utiliza una formulación muy sugerente para referirse a esta transición: habla del paso de las banderas al viento a las redes multiformes. La potencia visual de esta expresión

Ó Siochrú, Seán y Girard, Bruce (2004). En "Information Wants to Be Free". Proyecto *Visions of the Information Society*, dirigido por Lara Srivastava, analista política en el Área de Estrategia y Políticas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

permite que dirijamos la mirada hacia el binomio tecnologías de la información-movimientos sociales a partir de lo metafórico:

> «Es este carácter descentralizado y sutil de las redes de cambio social el que hace tan difícil percibir e identificar los nuevos proyectos de identidad que están en camino. Como nuestra visión histórica está tan acostumbrada a los batallones ordenados, las banderas al viento y las proclamas de cambio social que siguen un guión, nos sentimos perdidos cuando nos enfrentamos a la sutil penetración de los cambios de los símbolos procesados a través de redes multiformes, fuera de las sedes del poder. En estos callejones traseros de la sociedad, ya sea en redes electrónicas alternativas o en redes populares de resistencia comunal, es donde he percibido los embriones de una nueva sociedad, labrados en los campos de la historia por el poder de la identidad».

A partir de las experiencias que se han ido gestando en los *callejones traseros* del capitalismo informacional y global hemos visto cómo emergen nuevas formas de apropiación de las tecnologías de la información por parte de los movimientos sociales. Las fechas recientes de 1994, 1999 y 2001 son momentos significativos para el análisis de estas relaciones.

En 1994 tiene lugar el Foro *50 años bastan*, que servirá para redimensionar al movimiento de resistencia global que, desde 1988, venía aglutinando a diferentes movimientos de oposición a las políticas de instituciones supraestatales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. En la organización y desarrollo del Foro se utilizan BBS (*Bulletin Board System*) —las semillas incipientes de la red internet— que proporcionaban ayudas telemáticas a las organizaciones que intentaban denunciar la lógica de estas poderosas instituciones (López 2003). En este mismo año, el 1 de enero, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) se hace con el control de los principales municipios próximos a la Selva Lacandona, en el estado sureño de Chiapas (México); hay quien ha hablado del movimiento zapatista como de la *primera guerrilla informacional*, un movimiento que utiliza las armas para hacerse oír y que entiende que la información, en el nuevo orden mundial, puede ser mucho más poderosa que las balas (Martínez 1996). En esta misma línea apunta Francisco Sierra (1997), al señalar que la comunicación fue concebida por parte del EZLN como un instrumento político.

En noviembre de 1999, en Seattle (EE.UU.), cuando el proceso de globalización capitalista orquestaba la puesta en escena de lo que parecía iba a ser una inevitable vuelta de tuerca más en la liberalización de los mercados, emergió a la opinión pública un movimiento de movimientos sociales que hizo resonar un grito en todo el planeta: los seres humanos no somos mercancías. Al abrigo de este movimiento nace también el sitio web *Indymedia*, gestionado por periodistas independientes que apuestan por dar la voz a la ciudadanía para construir sus discursos sobre la realidad desde otros puntos de vista diferentes y divergentes a los que difunden los *media*.

En enero de 2001 tiene lugar la siguiente etapa de este proceso que estamos revisando. Durante el mes de enero, en la pequeña ciudad Suiza de Davos, tenía lugar la tradicional cita de las elites políticas y económicas que mueven los hilos del poder en el planeta. Como alternativa a este foro se convoca en el año 2001, en la ciudad brasileña de Porto Alegre, a un Foro que reúne a los movimientos sociales y a los sectores de la ciudadanía que apuestan por la construcción de otro mundo posible y diferente al que engendra el proyecto *globalitario*. En el Foro Social Mundial (2001, 2002 y 2003) confluyen redes comunicativas de todo el planeta vinculadas a los movimientos sociales, principalmente desde un doble origen: por un lado, se dan cita los grupos que han protagonizado el nacimiento y desarrollo de la comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, a quienes Manuel Chaparro ha definido como un G-8 *especial*. Por otro lado, en Porto Alegre se reúnen los proyectos comunicativos vinculados a los movimientos de resistencia y transformación de la globalización neoliberal.

La emergencia del modelo de red

Tras los oscuros años 80 —época de la férrea aplicación de las políticas neoliberales— ha reverdecido en el umbral del siglo XXI un movimiento social multicolor unido bajo el lema *Otro mundo es posible*. Las nuevas redes de solidaridad y de comunicación son fórmulas organizativas que reúnen unos atributos importantes sobre los que reflexionar: poseen un alto grado de *flexibilidad*, de *horizontalidad*, de capacidad de *interconexión* y de *cercanía* entre sus miembros.

- *Flexibilidad* porque se trata de una organización que se va construyendo sobre la marcha y en este proceso siempre abierto y constante de construcción la red se estira o se encoge en función de las necesidades del entorno, de los actores sociales implicados, de las opciones estratégicas. Sin duda, esta es una cualidad esencial para un contexto social continuamente cambiante.
- *Horizontalidad* entre los miembros de una red, que hace que distintos nodos tengan el mismo nivel de participación, la misma capacidad en la toma de decisiones. Se trata de estructuras descentralizadas articuladas sobre el principio de igualdad. La horizontalidad está al servicio de la participación de los miembros de la organización, que no tienen necesidad de pedir permiso a ninguna junta directiva para ejercer este derecho.
- La *interconexión* está en el origen de la red y en su proceso de crecimiento. La red se fortalece en el proceso de ir sumando nuevos miembros, de ir enriqueciendo y complejizando las relaciones ya establecidas, de ir construyendo una gran malla. La lógica de la red lleva a buscar las interconexiones de todo con todo: entre lo global y lo local, la ecología con la política y la economía, etc.
- La *cercanía* es otro elemento importante de las redes de comunicación y de solidaridad. El trabajo en red no es solamente una forma más eficaz de organización; junto a su dimensión funcional —innegable y necesaria— está otra dimensión no menos importante que es la relacional y vital. Las redes son el modo en el que visualizamos nuestro "mapa de relaciones"; por ellas pasa nuestra pertenencia a determinados grupos, nuestra identidad, nuestra existencia.

La mirada *relacional* nos invita a superar visiones excesivamente mecanicistas de las organizaciones sociales, a partir de las cuales se puede llegar a diseñar procesos lineales de acción concebidos en un laboratorio con escuadra y cartabón, como si luego estos planes funcionasen tal cual en la realidad. Los procesos sociales de comunicación y de transformación social no son como estaciones de tren por las que se va pasando regular y puntualmente tal y como hemos planificado; la realidad siempre sorprende, lo real se resiste a ser encasillado, la vida lucha por vivir. Por este motivo Irantzu Larrañaga dirá que las redes, además de servir para intercambiar datos e información, sirven para hacer circular afecto, aliento, solidaridad. Las redes sirven para recordar a sus miembros que no están solos en el mundo, que hay gente en el mundo como ellos.

El nuevo modelo organizativo en redes supone una verdadera alternativa a los modelos de organización fordistas. Cuando una organización social se plantea la incorporación del correo electrónico, de internet, el diseño de su página web, etc., muchas veces se percibe sólo el instrumento, la dimensión tecnológica. Sin embargo, por el camino, en el proceso de incorporación, es posible que surja la pregunta comunicativa: ¿cómo sirve esta herramienta para mejorar la comunicación al interior de la organización, para hacer que ésta sea más flexible? ¿En qué medida las nuevas tecnologías de la información permiten potenciar el trabajo de creación de redes de solidaridad en el entorno local y global?

Elementos específicos de la comunicación gestada en los movimientos sociales

Pasando a un nivel mayor de concreción, se pueden enunciar algunos rasgos que permiten identificar cuáles son los elementos específicos y característi-

cos de los procesos comunicativos puestos en marcha por los movimientos sociales:

1. *La denuncia de los procesos de exclusión y de desigualdad social que genera la globalización capitalista y la denuncia del modo en el que este sistema social hace de la información y la comunicación una mercancía más.*

En la era del acceso, el sistema capitalista pretende mercantilizar por completo todas las acciones del ser humano. Su objetivo es hacer del mundo un gran casino en el que todo se pueda comprar y vender. Como apuntaba Herbert Schiller (1996), las expectativas que se han generado con la aparición de los nuevos avances en las tecnologías de la comunicación se han visto frustradas por su utilización al servicio de intereses económicos. Es de vital importancia desenmascarar el envoltorio publicitario que rodea a las nuevas tecnologías de la información, superar el discurso seductor que las acompaña y descubrir su potencial real en el ámbito local y global.

Las cuestiones referentes a la información y a la comunicación tendrían que plantearse, tal y como apunta Sally Burch, como un servicio básico de primera necesidad para la ciudadanía. Para que de verdad se pueda participar en las cuestiones públicas que nos afectan a todas y todos, hace falta estar debidamente informados, así como tener la capacidad de expresar los diversos puntos de vista ante la realidad a través de los medios de comunicación.

Este cuestionamiento radical del sistema capitalista y de su lógica excluyente y mercantilizadora de la vida en el planeta está en el centro del discurso comunicativo elaborado por los movimientos sociales. Hay una correlación necesaria entre comunicación y sociedad, entre tecnologías comunicativas y contexto social; la propuesta comunicativa de los movimientos sociales se enmarca en un proyecto más amplio de cuestionamiento del sistema capitalista.

En clave positiva, y parafraseando a Paulo Freire, estas redes *enseñan a leer los medios* de comunicación como parte de un proceso más amplio de *enseñar a leer el mundo*, con el fin de transformarlo. Lo primero —la educación para los medios, el uso de las redes de comunicación, la apropiación tecnológica— no tiene sentido si no es en el marco del proceso de cambio social. Precisamente, en relación con este proceso más amplio de transformación social surgen sus propuestas comunicativas. Es el proceso el que suscita la pregunta de cómo comunicarse y cómo construir redes.

2. *La identificación de las tecnologías de la información como "capital informacional" para las organizaciones sociales.*

Desde los movimientos sociales es importante descubrir que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación no son únicamente instrumentos que utilizar, sino más bien lógicas y dinámicas de las que apropiarse.

Esta perspectiva descuida que la comunicación no es tanto cuestión de medios como de mediaciones (Martin Barbero 1987). El centro de los procesos comunicativos no son los instrumentos tecnológicos, sino los procesos sociales en los que las personas se relacionan con las nuevas TIC, una relación en la que se construyen las identidades y los imaginarios sociales. Dicho de otra manera, un criterio de discernimiento para valorar la idoneidad de una tecnología u otra, y el modo de incorporarla es mirar a los procesos sociales en los que está inserta una organización social, y analizar también cuáles son las mediaciones comunicativas a partir de las cuales comprenden el mundo, se comunican y expresan las personas a las que se dirige esta organización. De este modo la reflexión sobre comunicación deja de ser algo meramente instrumental, de *cacharreo*, y se convierte en una cuestión de cultura. Este paso nos permite redescubrir la comunicación como capacidad de relación, de creación de vínculos y de construcción de sentido.

En este sentido, las aportaciones de Hamelink en torno al concepto de *capital informacional* permiten avanzar en los caminos que llevan a los movimientos sociales a la apropiación y aprovechamiento de las nuevas TIC. El concepto de capital informacional abarca

«la capacidad financiera para pagar la utilización de redes electrónicas y servicios de información, la habilidad técnica para manejar las infraestructuras de estas redes, la capacidad intelectual para filtrar y evaluar la información, como también la motivación activa para buscar información y la habilidad para aplicar la información a las situaciones sociales» (Burch y otros 2001).

El *capital informacional* remite a unas determinadas condiciones técnicas e instrumentales, pero sin duda lo novedoso no está ahí, sino en los modos en los que la información es recibida, seleccionada y apropiada como conocimiento útil para transformar la realidad. Es así como cobran más interés las lógicas que llevan a la transformación de la información en conocimiento, que invitan a fijarse más en los procesos que en los productos, que descubren las transformaciones organizativas que pueden potenciar las tecnologías de la información, los procesos que convierten la información en conocimiento, etc.

3. *Descubrir que la lógica de trabajo en red precede al instrumento de la red internet.*

Esta idea es central para la apropiación tecnológica por parte de los movimientos sociales. Aquellas organizaciones que ya funcionaban desde la lógica de la red han visto como la nueva herramienta de comunicación —internet— que se populariza a finales de los noventa sirve para redimensionar los procesos de cambio en los que estaban implicadas; dicho de otra manera, no basta con introducir una tecnología como internet para trabajar en red. Las organizaciones que tienden a concentrar y acaparar la información y la toma de decisiones no tienen sólo que introducir nuevas herramientas comunicativas, sino que es necesario modificar los modelos organizativos que conciben la información como un bien por acaparar en lugar de entenderla como algo que hay que repartir y hacer circular.

Las organizaciones sociales que se habían dotado de organizaciones *flexibles*, *horizontales*, *interconectadas con otras* son las que mejor están aprovechando los nuevos medios. En el diverso campo de los movimientos sociales hay al menos tres tradiciones cuyos principios ideológicos conectan directamente con la lógica de la red: las corrientes libertaria, feminista y ecologista. En aquellos que apuestan por una estructura descentralizada y horizontal basada en la libertad del ser social (anarquismo), en los que descubren la interconexión que todo tiene con todo (ecologistas) y en quienes la cercanía, intuición y globalidad son elementos constitutivos de las redes de solidaridad (feministas) podemos encontrar claves para la incorporación de las nuevas TIC y de los modelos de organización en red.

4. *La apuesta por el* ***software*** *libre.*

Una aportación genuina de los movimientos sociales y de la comunidad *hacker* ha sido la gestación y promoción del uso del *software* libre, entendido como una alternativa ética, tecnológica y económica respecto de la propuesta de las grandes empresas comerciales de *software* informático (Marí Sáez 2003).

La apuesta por el sistema GNU/Linux supone, en primer lugar, una vía real para liberar recursos económicos anteriormente dedicados por las organizaciones a la compra de programas informáticos. Los presupuestos se pueden destinar a la compra de unos equipos que, además, no se ven forzados a los cortos ciclos de vida que imponen las continuas nuevas versiones del *software* de mercado.

En segundo lugar, el *software* libre tiene mayor coherencia ética con unos proyectos de sociedad basados en la participación y en la solidaridad, al

construir una comunidad mundial de programadores informáticos que comparten gratuitamente sus conocimientos para la mejora del soporte tecnológico. En tercer lugar, reúne mayores estándares de calidad y de seguridad; el peligro de los temidos virus prácticamente desaparece. Y, en cuarto lugar, el sistema GNU/Linux permite la dinamización de la economía local, mediante la prestación de servicios informáticos por parte de pequeñas empresas y de profesionales.

5. *La adopción de los principios clave de la comunicación popular inspirados en los planteamientos de Paulo Freire.*

Las contribuciones de Paulo Freire en el campo de la educación y de la comunicación popular han sido llevadas a la práctica por un gran número de organizaciones sociales, especialmente en el contexto latinoamericano. Las principales características de un modelo de educomunicación popular han sido resumidas por Francisco Sierra (2000) en estos cinco puntos básicos:

1. La educación popular es una educación *transformadora*.
2. La educación popular se fundamenta en una *praxis reflexiva*, en la que la acción guía y orienta el contenido educativo.
3. La metodología de la educación popular debe ser radicalmente *democrática*.
4. La dinámica *acción-reflexión-acción* imprime un carácter procesual al aprendizaje.
5. La educación popular participa de un enfoque educativo *integral*, que intenta superar la fragmentación entre teoría y práctica, educación y trabajo, educación y política.

Para los movimientos sociales, concebir la comunicación a partir de estas claves supone asumir un talante y un estilo comunicativo más coherente con los objetivos de la transformación social. Como apuntara Mario Kaplún, hay una estrecha relación entre comunicación, construcción de tejido social y transformación social. La comunicación popular es necesariamente transformadora, no sólo en sus fines, sino en el mismo proceso, al incluir la participación y el protagonismo de los sectores populares en su desarrollo. Permite articular el tejido social en redes de solidaridad que *democratizan la democracia* desde sus niveles más básicos —poder hablar— hasta los más complejos, como puede ser el de construir nuevas prácticas de gestionar el poder local.

Una idea característica del pensamiento de Freire afirma *que el mundo no es, está siendo*. Vivimos en un continuo proceso de construcción del orden social y, por lo tanto, en la posibilidad real e histórica de poner en marcha procesos sociales de transformación y cambio. Quizá en esta dimensión se juega una batalla clave: la que orquesta la maquinaria del *pensamiento único* con la intención de frenar, de entrada, cualquier posibilidad de imaginar otros mundos posibles. Joao Pedro Stédile, líder del Movimiento de los Sin Tierra (Brasil), sostiene que lo que da fuerza al pueblo no es lo que lleve en la mano, sino lo que lleve en la cabeza. Reflexionar en torno a los procesos comunicativos en el marco de los movimientos sociales supone, a partir de estas claves, renovar los conocimientos previos y los enfoques en torno a la comunicación, las tecnologías, los modelos organizativos, los proyectos alternativos de sociedad, para que se lleven a cabo procesos críticos y creativos con las tecnologías de la información que se tengan entre manos.

Bibliografía citada

Burch, S.; León, O. y Tamayo E. (2001): *Movimientos sociales en la red.* Ecuador, ALAI.

Castells, Manuel (1997). *La era de la información.* Madrid, Alianza Editorial.

Chaparro, Manuel (ed.) (1999). *La democratización de los medios.* Sevilla, Diputación de Sevilla.

Chaparro, Manuel (ed.) (1999). *La democratización de los medios. II Congreso de radio y televisiones locales, públicas y alternativas.* Sevilla. Diputación Provincial de Sevilla.

Díaz Salazar, Rafael (2002). *Justicia Global. Las alternativas de los movimientos del Foro de Porto Alegre.* Barcelona, Icaria Editorial/Intermón Oxfam.

López, Sara (2003). "¿Qué es Nodo50?" en Foro de experiencias - Nuevas Tecnologías y Movimientos Sociales. Córdova, Instituto Andaluz de la Juventud.

Marí Sáez, Víctor Manuel (2003). "La información, ¿derecho o mercancía? Democratizar las comunicaciones y radicalizar la democracia en los debates sobre la Sociedad de la Información en Revista *Crítica*. Madrid.

Marí Sáez, Víctor Manuel (2002). *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación.* Madrid, Ediciones de la Torre.

Marí Sáez, Víctor Manuel (2001). "De las banderas al viento a las redes multiformes. Globalización, nuevas tecnologías y cambio social" en Sierra, F. y Quirós, F. (coords.) *Economía Política de la Comunicación y la Cultura.* Sevilla, Comunicación Social Ediciones.

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones.* Barcelona, Gustavo Gili.

Martínez Torres, María Elena (1996). *Networking global civil society: the zapatista movement. The first informational guerrilla.* University of California.

Schiller, Herbert I. (1996). *Aviso para navegantes.* Barcelona, Icaria.

Sierra Caballero, Francisco (2000): *Introducción a la Teoría de la Comunicación Educativa.* Sevilla, Editorial MAD.

Sierra Caballero, Francisco (1997). *Comunicación e insurgencia. La comunicación y la propaganda en la guerra de Chiapas.* Bilbao, Hiru.

¿Brecha o inclusión digital?

Scott S. Robinson

Durante muchos años hemos escuchado discursos sobre la "brecha digital", sin comprender con certeza su referencia empírica y sospechando que su amplia difusión más bien forma parte de una campaña de promoción de una leyenda justificante del consumo de productos de las industrias del cómputo y los programas de las aplicaciones disponibles en los "mercados emergentes".[1] En efecto, la preocupación por la "brecha digital" entre las organizaciones internacionales coincide con la dramática expansión del mercado de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) en la región latinoamericana durante los últimos dos lustros. La ausencia de acceso a la red de redes por parte de la mayoría de la población de los respectivos países, a estas alturas, sí se traduce en una demanda potencial que ha requerido su justificación en relación con las políticas públicas enfocadas sobre este tema y el abaratamiento de los insumos de *hardware* y *software*. Pero es una demanda que aún no se atiende en profundidad. Acompaña al proceso un novedoso imaginario donde la presencia de una computadora personal en casa mágicamente equivale a un boleto de entrada a la sociedad de la información. El hecho tiene implicaciones aún no bien comprendidas para los procesos democráticos de mañana, últimamente en vías de una amorfa reconfiguración bajo el rubro engañoso de "e-gobierno y/o e-gobernanza". Esta "brecha digital" se refiere al acceso diferenciado que tienen las personas a las nuevas TIC, su habilidad para utilizarlas, el empleo actual que le dan a las mismas

---

Marí Sáez, Víctor Manuel (2004). "Claves para la incorporación creativa de las tecnologías de la información y la comunicación a los movimientos sociales". Extracto de "Comunicación, redes y cambio social" en Marí Sáez (coord.) *La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red.* Madrid, Editorial Popular. Reproducción autorizada por el autor.

y el impacto que su uso tiene sobre su bienestar personal, familiar y comunitario. Pero no se habla con frecuencia de la "inclusión digital", una frase de singular complejidad en el contexto de la expansión de las nuevas TIC, la relativa impermeabilidad de los entes reguladores en esta materia y la evolución de las "democracias latinoamericanas".

La inclusión digital – un concepto denso

La "inclusión digital", según mi modo de concebirla, remite al conjunto de políticas públicas relacionadas con la construcción, administración, expansión, ofrecimiento de contenidos y el desarrollo de capacidades locales en las redes digitales *públicas*, terrestres e inalámbricas, en cada país y en la región entera. Incluye las garantías de privacidad y seguridad ejercidas de manera equitativa para todos. Abarca el adiestramiento y el incentivo para desarrollar herramientas nuevas, *software* de fuente abierta y aplicaciones para teléfonos celulares, por ejemplo. Plantea un objetivo noble para los compromisos nacionales, con cargo al presupuesto público, pero raras veces se puede delinear la ruta para alcanzar dicho objetivo más allá de una retórica alimentada por y sincronizada con las declaraciones cíclicas de diversos organismos internacionales. Y, lo más importante, también constituye un proceso continuo de negociación de intereses entre distintas elites, el liderazgo político, financiero, comercial y a veces social de las respectivas naciones del conjunto regional.[2] La inclusión digital es simultáneamente un proceso de control político,[3] meta políticamente "correcta" e impecable, jugoso negocio para pocos proveedores de las tecnologías involucradas y relacionadas entre sí, un reto para los creativos digitales nacionales, y antes de los ataques del 11 de septiembre, tema de muchos discursos y conferencias internacionales,[4] además de ser un nuevo hilo filantrópico procedente de un amplio manojo de donantes, fundaciones y entes oficiales con sede en el Norte.

Son pocas las organizaciones de la sociedad civil que manifiestan un compromiso explícito con la inclusión digital. Menos son los partidos políticos que hacen referencias en su plataforma a principios o iniciativas legislativas relacionadas con este concepto, una suerte de imaginario del que los intereses comerciales se pueden apropiar para justificar la venta de equipos y programas, además de la creación de entes reguladores del mercado, sumisos a sus intereses. Tampoco se observa un liderazgo en la materia por parte de los políticos y funcionarios públicos en cada país. Sólo cuatro naciones cuentan con un fondo de acceso universal en operación, un indicador concreto del mínimo compromiso de los Estados en América Latina con el rubro de la inclusión: acceso popular a la red a un costo razonable.[5] Y se corre el peligro de confundir los programas oficiales de conectividad a internet en escuelas, bibliotecas y centros de salud, con un programa sustantivo de inclusión digital. Por lo que sé, dicha inclusión está anclada al muelle de la sociedad del conocimiento, otro imaginario que resulta no mal nombrado, tomando en cuenta la cantidad de cibernautas en el mundo contemporáneo y las distintas actividades permitidas por el *software* desarrollado durante varios años. Pero, al parecer, es una sociedad digna para muy pocos.

El modelo de desarrollo neoliberal

La velocidad de la adopción e inserción de estas tecnologías ha sido, en una palabra, asombrosa, pero nuestra percepción analítica necesita despejar la bruma del discurso de la "brecha digital" para definir los matices del actual proceso del "cableado" de cada espacio nacional. Esto transcurre en un contexto internacional donde los diversos tratados del comercio y la propiedad intelectual, además de la expansión y consolidación de las empresas multinacionales de las tecnologías digitales emparentadas,[6] permite el flujo libre del capital de inversión, y mayormente especulativo, negando a la vez el flujo libre de la mano de obra. Hoy, la emigración internacional crece en paralelo con la integración de los servicios digitales en las diversas economías de la región. La carencia de oportunidades de trabajo en muchos países impulsa una diáspora de emigrantes hacia los países del Norte industrial (España e Italia, en Europa) y, durante los últimos tres lustros, los envíos de remesas de dinero a sus casas ha crecido tanto que en muchos países es la primera fuente de recursos, delante de la inversión económica directa (IED) y "donativos" de la asistencia internacional para el desarrollo (Official Development Assistance-ODA).[7] No es un secreto que la economía de las remesas comienza a reconfigurar distintas dimensiones de los respectivos procesos financieros y políticos al interior de diversos países.[8] Y los aún fragmentados discursos sobre los distintos componentes de la inclusión digital también ahora toman en cuenta el papel y las necesidades de las enormes poblaciones de emigrantes en la región. En pocas palabras, la inclusión digital hoy refiere al complejo panorama de la adaptación de las tecnologías digitales en una región con sociedades polarizadas entre ricos y pobres, elites dominantes y poblaciones subalternas, paupérrimas y dispersas, discursos hegemónicos y diversos lenguajes de amplias resistencias culturales, una parálisis en la expansión de conexiones domiciliarias a la red, medios privados de comunicación concesionadas por el Estado y proyectos de organizaciones civiles cuyo dominio y aplicación tenaz de las tecnologías emergentes permite un impacto, aún limitado, a una escala previamente inimaginable. La inclusión digital ahora forma parte integral de un proceso anunciado como democratizador, promisorio en un principio, pero ahora estancado.

La inclusión digital en esta perspectiva representa la introducción de redes de cómputo y contenidos accesibles para distintos grupos sociales, a distintas escalas, y produce como consecuencia una reconfiguración de diversas estructuras del poder, local, nacional e internacional. Pero es notable que las distintas elites con voz y voto en cada proceso nacional de negociación, se hayan servido o incluido digitalmente a sí mismos, antes que los demás.[9] En el fondo comparten los mismos criterios para avalar decisiones de consenso en las coaliciones contemporáneas de estos grupos en relación a cómo proceder con el ingreso de las nuevas TIC en los espacios nacionales donde su nivel de control es determinante. El hecho de que *no* se reproducen en la región severas restricciones en cuanto a la disponibilidad del acceso a internet y sus contenidos (como se observa en algunos países islámicos y en China, por ejemplo) es un indicador de un consenso fundamental entre diversas elites sobre el valor de esta nueva herramienta, pero falta el compromiso para ampliar el acceso para todos. En efecto, la red constituye un recurso valioso para los que pueden costear la inversión que entrañan los instrumentos necesarios para lograr un acceso a un infinito de información cuya administración y comprensión también presupone cierto nivel educativo, una suerte de cultura digital. En una frase, las elites ya se han equipado y capacitado a ellas mismas, pero el costo es alto aún para la economía familiar de los que habitan en la enorme base de la pirámide social y económica.[10] Hay indicaciones de que las respectivas elites nacionales ahora aceptan un común denominador de las reglas de negociación, un pacto acordado, lo cual es un avance sobre una época anterior cuando la política era un drama social entre facciones abiertamente belicosas entre sí. El libre acceso a los recursos en línea puede ser hoy un componente compartido por el liderazgo de las democracias latinoamericanas; sin embargo, el compromiso del Estado y su estímulo a la inversión privada o el empleo de recursos públicos para ampliar la base de ciudadanos con acceso y con los incentivos para un uso efectivo de los contenidos disponibles es un tema postergado.

Estado, elites y convergencia digital

Cualquier discusión sobre el tema de la inclusión digital en los países de la región debe partir de un concepto y una caracterización del Estado a raíz de la reciente ola de privatizaciones en el sector de las telecomunicaciones y las respectivas políticas de

conectividad puestas en práctica. A estas fechas, son pocos los Estados en la región que *no* han privatizado sus empresas de telecomunicaciones y el resultado es un cuadro donde pocas empresas multinacionales gozan de un poder de decisión en los diversos rubros de los respectivos sectores de "telecom"—telefonía terrestre, telefonía inalámbrica, proveedores de acceso a internet, transportadores de redes nacionales y hacia el extranjero (vía fibra o satélite), franquicias de cibercafés, etc.— y en los marcos reguladores que fijan las tarifas y las reglas de operación en sus mercados. En gran medida, ha sido una privatización sin competencia, marcada por un reparto de concesiones por muchos años para muy pocas empresas, y donde los socios de capitales nacionales no controlan las decisiones de los respectivos consejos de administración. El perfil de los individuos designados en cada país para los consejos de los entes reguladores, muchos de creación reciente, indica la influencia que ejercen estas empresas de productos y servicios digitales sobre el diseño del marco reglamentario de las concesiones aprobadas y las políticas digitales específicas implementadas por el Estado.

La acelerada convergencia entre la televisión, la telefonía y la distribución de contenidos digitales vía internet, el proceso de *triple play* en plena negociación en muchos países al escribir este texto, es otro rubro de la inclusión digital. La difusión de cualquier contenido, programas de televisión, cine, música, páginas www con animaciones dinámicas, tipo *flash*, ahora constituye un enorme acervo en pleno *crescendo* al ritmo de los usuarios de la red global que ahora aproximan a 800 millones de almas, consumidores de mensajes *spam*, de estafas de nigerianos, infoadictos, curiosos, *tricksters*, teletrabajadores, adolescentes fascinados, proveedores de pornografía y productos diversos, funcionarios, empleados, migrantes y similares. Esta convergencia tecnológica, donde los productos en formatos analógicos de ayer se distribuirán en el futuro solamente en formatos digitales, es al parecer inevitable y está muy cercana. Marca el hito de una competencia feroz entre pocas empresas con las patentes, licencias y concesiones correspondientes, además del capital suficiente para ofrecer distintos servicios a la escala de la red internacional. El marco regulador que gobierna este proceso es también parte del proceso político que acompaña inevitablemente a la inclusión digital, y las cuestiones de quiénes representan a los distintos conjuntos de intereses más el nivel de equidad que hay entre productores, distribuidores y consumidores ahora se relacionan al proceso de la democratización como nunca antes. Al reconocer la ausencia de atención a esta problemática por parte de los partidos políticos tradicionales, no debe sorprender el creciente pero limitado poder de los organismos no gubernamentales que sí se enfocan sobre el tema. Estos "cuasi-partidos" ahora ejercen un liderazgo en las discusiones técnicas pertinentes y constituyen, como consecuencia, un conjunto de nuevos actores en el escenario de las políticas públicas en materia de servicios digitales, pero su capacidad de maniobra es débil por su baja representatividad, su poder restringido y la limitada difusión de sus propuestas.

La emergente sociedad del conocimiento en vías de construcción por encima de la dinámica infraestructura de las sociedades latinoamericanas cada vez más "cableadas", nos obliga a repensar en qué consiste o consistirá la democracia en este nuevo contexto. Los ciudadanos tendrán un enorme acervo de información a su disposición; tanto, de hecho, que la comprensión de esas temáticas complejas requiere de herramientas de apoyo a la toma de decisiones que al parecer pocos programas de e-gobierno contemplan ni el sistema de educación pública actualmente apoya, y mucho menos en la raquítica red de bibliotecas públicas de la región. Existe el riesgo de que los responsables de los contenidos difundidos en línea —aunados a los de la radio y la televisión analógica y pronto digital también— tengan un poder y una influencia mayor que la de los políticos ortodoxos responsables de la administración e implementación de los marcos reguladores respectivos. Creo que esta condición ahora es generalizada en la región.

Elites y nichos protegidos

Se aprecia un panorama donde las elites nacionales, socias de las empresas multinacionales de las diversas tecnologías digitales, han encontrado un nicho comercial y financiero cómodo, con un beneficio sustantivo para sus inversiones en mercados locales protegidos, dentro de un contexto internacional de mercados globalizados y muy competitivos. Es decir, los capitalistas nacionales que realizaron a tiempo inversiones en productos y servicios digitales importados (comercialización de computadores y accesorios, proveedores de servicios de internet, redes de fibra óptica, puntos de acceso a servicios satelitales, telefonía celular y televisión digital, etc.) en sus respectivos mercados, han logrado una privilegiada y bien remunerada condición oligopólica que se traduce en una política reguladora de protección de dichos mercados (son *legacy market players*).[11] Estos mercados ahora sirven a las mismas elites con la requerida capacidad de compra, y hasta la fecha están casi saturados (menos la telefonía celular de prepago): se observa un ritmo de crecimiento lento donde el porcentaje de la población con acceso domiciliar a la red no rebasa el 10% en muchos países.[12] El motivo de proteger estos mercados, reducidos pero muy rentables, es sencillo: subir el costo para el ingreso a estos mismos mercados de otras empresas que llegaron tarde y ofrecen nuevas tecnologías que abaratan los servicios actuales y/o amplían su cobertura a menor costo. La manera más efectiva de lograr este objetivo es controlar los entes reguladores de los sectores de telecomunicaciones y servicios financieros.

Las elites correspondientes, entonces, comparten otro punto estratégico de consenso en cuanto a la conveniencia común de tener sus representantes en posiciones clave dentro del reducido aparato del Estado neoliberal. La reciente reconfiguración del Estado provocado por la ola de privatizaciones de las empresas y activos antes en sus manos, implica conceder mayor poder de facto a los entes reguladores, que son la máxima autoridad para imponer las reglas de juego comercial en cada país. Es necesario mencionar la debilidad mostrada por los respectivos poderes legislativos ante la marcada renuencia de los representantes de los partidos a enfrentar los complejos temas de la regulación financiera y telecomunicativa. Esta situación favorece a las respectivas elites —asiduas defensoras de su estatus, licencias y privilegios históricos y de los logros del juego contemporáneo— que comparten otro aspecto más de consenso al interior de las democracias endebles: la conveniencia de controlar un nuevo mercado de contenidos donde la producción simbólica merece sincronizarse lo más posible con un proyecto ideológico de "libertad individual y de mercados", cercano a sus valores públicos, pero no necesariamente coherente con su discreto juego voraz y la administración del enorme poder privado que ejercen.

Servicios digitales y remesas

No hay suficiente retorno de la inversión para extender los servicios a una población pobre que exige precios menores que los actuales para adquirir productos y servicios digitales. Al mismo tiempo, en varios países el flujo de las remesas de los migrantes ahora provee un recurso de supervivencia para una proporción creciente de familias cuyos hijos e hijas trabajan en el extranjero, pero el costo de estas transacciones sigue siendo francamente usurero.[13] Observamos dos patrones en paralelo: no sólo no se extienden los servicios digitales a menor costo y en todos los rincones de los países, sino que estas poblaciones, los "excluidos digitales", tampoco gozan de una reducción en las tarifas y comisiones que pagan por el traslado de los envíos de las remesas, que llegan desde Estados Unidos, Canadá, o Europa.[14] Mientras sí hay más competencia en el mercado de las remesas, contrariamente a lo que se observa en el mercado de productos y servicios digitales, las autoridades financieras, designadas por las respectivas elites en la materia, *no* actúan para reglamentar un tope en las tarifas y comisiones cobradas, al tiempo que se registra un aumento anual en el flujo de estos

recursos, y los instrumentos digitales son cada vez más utilizados para comunicar a las familias de cada diáspora.[15] Los migrantes y sus familias siguen pagando un "impuesto de la pobreza".

Estamos ante una novedosa figura del Estado neoliberal cuyas elites dominan los entes reguladores y sus mercados protegidos en por lo menos dos sectores estratégicos —las telecomunicaciones y las finanzas— donde las herramientas digitales son cada vez más predominantes. Se protege a los mercados de servicios digitales y, en menor grado, a los contenidos distribuidos por sus "portales" y, de manera simultánea, se cobra una especie de "derecho de piso" a las poblaciones pobres y a los emigrantes de sus países, al permitir mercados oligopólicos y al no imponer topes a las tarifas y comisiones por las transacciones de las remesas enviadas, recursos vitales para la seguridad alimentaria y de salud de cada vez más amplios sectores populares en muchos países. El marco regulador en materia de telecomunicaciones y servicios financieros es un cuello de botella hábilmente administrado por representantes de las elites involucradas, que actúan para afianzar sus mercados donde hay pocos oferentes de estos servicios que tienen cada vez mayor valor estratégico: los medios de información y comunicación, y el ingreso de recursos monetarios vitales para la seguridad familiar en el respectivo espacio nacional. Y en ambos rubros las tecnologías digitales predominan mientras su administración queda en pocas manos.

La inclusión digital ya llegó

En esta lógica de los intereses de los grupos del poder en cada país, la inclusión digital es una política pública realizada al interior de esta capa social bien identificable. Pero es anunciada como evangelio público para el consumo interno y, quizás de mayor relevancia, para proyectar un supuesto acuerdo con un imaginario en boga en el actual discurso filantrópico internacional: la sociedad de la información. La inclusión digital es una política implementada de facto, cuyas reglas de negociación están ancladas en los usos y costumbres de las elites relevantes en cada país, pero no para servir a los excluidos, sino a las mismas elites en los sectores de los medios masivos, los diversos servicios vinculados con internet, la banca comercial, la industria nacional (que sobrevive) y las empresas que operan en el campo de las remesas. Esta versión de la inclusión digital es distinta de la retórica de quienes abogan por una mayor conectividad a internet con el uso efectivo de los recursos disponibles. Para las elites, la inclusión digital ya se está consolidando por medio del control que ejercen sobre las diversas figuras administrativas del Estado que a su vez regulan diversos sectores de la actividad económica y del empleo del espectro electromagnético. Al ser tecnológicamente dependientes del extranjero, no invierten en el desarrollo de capacidades más allá del uso de *hardware* y *software* importados. Su patrón de dominio incluye normas, procedimientos y concesiones al servicio de los intereses de una reducida cantidad de socios y no de los excluidos que siguen siendo los mismos de siempre.[16] Es un fenómeno que al parecer pasa desapercibido por los partidos políticos tradicionales y los nuevos "cuasi-partidos" fragmentados entre sí. Son pocos los que enfocan sus limitados recursos para incidir en este tema, mientras las universidades públicas no perciben su importancia, como sí lo hacen las privadas.

Este panorama contradictorio tampoco ha sido debatido en la agenda de las políticas públicas. La versión ortodoxa de la inclusión digital apunta hacia un futuro donde la mayoría de la población tendrá acceso a los instrumentos y recursos informativos y educativos de la red; algo que sugerimos es una ilusión conveniente y justificativa para las mismas empresas del sector que desean inducir la demanda para sus productos y realizar donativos para posicionar su imagen corporativa. La inclusión digital es también una inducción digital, una suerte de profecía que se cumple por sí misma, que apunta a un imaginario que moviliza una demanda para una

gama de productos y servicios a futuro. La dichosa "sociedad del conocimiento" ya llegó para algunos pocos privilegiados, que no están dispuestos a sacrificar sus recursos privados o su proporción tradicional de la renta de los respectivos presupuestos nacionales para invertir recursos públicos en lograr dicho objetivo para la mayoría. Para estas elites, el discurso de la inclusión digital constituye un imaginario útil en varios escenarios a la vez: los foros internacionales, la justificación de la intensa mercadotecnia observada y la supuesta nueva sinergia entre el Estado y la iniciativa privada. Si estos grupos poderosos ya lograron su dominio de los recursos digitales en sus espacios nacionales, no les conviene admitirlo sino más bien seguir proyectando la ilusión de la utopía digital popular en campañas publicitarias y discursos presidenciales.

El impacto sobre los procesos democráticos

Esta situación indudablemente afectará a los procesos democráticos en la región. En la medida en que hay una marcada concentración de las telecomunicaciones en manos de pocas empresas que influyen en las reglas de la operación de sus negocios, habrá una restricción en los contenidos de la programación, en el sesgo de los noticiarios de la radio y la televisión, y también en los portales de internet que administran y almacenan en sus servidores. Esta situación no augura un futuro promisorio para la difusión masiva de opiniones diversas y plurales sobre cuestiones públicas, ahora relegadas a las páginas www de ONGs y algunos programas de televisión y radio en horarios que no son de la mayor audiencia. Ya se perfila una novedosa condición de *apartheid* en los medios, incluyendo los servicios digitales de origen nacional, donde las elites políticas, financieras y mercantiles —los actores hoy hegemónicos— "fijan" los parámetros de los contenidos "permitidos" para su difusión masiva por medio del recurso público del espectro electromagnético, mientras un reducido grupo de organizaciones civiles intentan ganar espacios en la torre de Babel comercial con mensajes difundidos en espacios marginales, por ejemplo páginas www no publicitadas en los megaportales. Sin duda, hay obstáculos que impiden analizar la gama de temas pertinentes al amplio menú de las políticas públicas por negociarse en cada país.

Uno de los efectos de la inclusión digital ya implementada y al servicio de las diversas elites, se refleja en el diseño de los programas de conectividad apoyados con recursos fiscales. La mayoría de estos programas, si no todos, parten de la premisa de que se requiere adquirir enormes lotes de computadoras, instalarlas en instituciones escolares y bibliotecas, por ejemplo, a veces en locales propios, y conectarlas a internet sobre la base de la táctica de "si lo construimos, el público vendrá". Son programas muy costosos, sin una adecuada rendición de cuentas. Muchas veces estos "telecentros oficiales" compiten con un universo de cibercafés, previamente establecidos como pequeños comercios de servicios digitales que representan un recurso humano y tecnológico instalado y subutilizado, y los proyectos oficiales representan una suerte de competencia desleal con estos negocios en funciones, que ofrecen acceso y un mínimo nivel de capacitación a sus clientes jóvenes. Hoy en día, muchos de los sitios que corresponden a estos programas languidecen por falta de un compromiso local, su problemático mantenimiento, los pocos incentivos para su uso efectivo y el desarrollo de capacidades, además de una marcada rotación de su personal operativo. Estas fallas en el diseño de una política pública costosa son de origen. En mi criterio, las elites no comparten un cabal compromiso para capacitar y educar a sus pueblos, mucho menos por medio de las nuevas tecnologías digitales.[17] Esto representa un enorme costo en oportunidades perdidas, un rubro no contabilizado como tal en los informes oficiales y las cuentas alegres de la "inclusión digital en proceso".

Tampoco se contabiliza el costo de la entrega de servicios gubernamentales por medio de la red don-

de es evidente que hay economías de escala que representan enormes ahorros para el Estado. Se pone menos énfasis en la calidad de los servicios ofrecidos en línea —ventanillas virtuales para un amplio menú de trámites administrativos— donde el telecentro comunitario, por ejemplo (administrado por una ONG), o la amplia red de cibercafés en todos los países no reciben ningún beneficio por ofrecer un servicio del gobierno a sus usuarios.[18] Estos clientes no reciben una capacitación adecuada en el uso efectivo de los trámites y servicios informativos ofrecidos últimamente por agencias del Estado, que no logra ampliar la base de sus "clientes en línea" por falta de una promoción y adiestramiento en las "ventanillas virtuales" disponibles vía los muchos puntos de acceso que hoy en día se encuentran en casi todos los pueblos de la región. Este modelo de "e-gobierno", con su enfoque vertical en los trámites obligatorios y no en los mecanismos de negociar las políticas públicas, también es producto de la visión miope (y astuta) de los funcionarios superiores responsables de estos programas. Son los que ya lograron la inclusión digital para sí mismos, pero muestran una incapacidad de reconocer la obligación estatal de apoyarla con incentivos fiscales, contenidos culturalmente apropiados y otros instrumentos, la consolidación y expansión de la red de telecentros comunitarios y cibercafés, y su amplia clientela juvenil existente en el espacio nacional.

Conclusión

El escenario actual donde las elites se han "incluido" o insertado de manera efectiva y audaz en la citada sociedad del conocimiento, con las tecnologías digitales a su alcance y servicio, y sin invertir en la inclusión de los demás, es producto, en fin de cuentas, de una crisis de la representatividad de los intereses populares en democracias no consolidadas (Higley y Gunther 1992). Hay indicios de cambios recientes en el perfil de la participación electoral,[19] un proceso cada vez más influenciado por la propaganda política en la radio y la televisión, aunada a una juventud enajenada de los partidos, una proliferación de ONG sin vasos comunicantes eficaces con representantes partidarios, en ambientes políticos nacionales donde estas organizaciones civiles con frecuencia actúan como partidos virtuales generando propuestas e iniciativas en una gama de políticas públicas que tienen pendiente la negociación de consensos sobre su forma legislativa y su reglamentación posterior. La acelerada convergencia en la difusión de noticias, entretenimiento, servicios educativos, música y vídeo sobre demanda, llamadas telefónicas, etc., en formatos digitales que se transmiten por la red terrestre o por canales inalámbricos requiere de inversiones cuantiosas donde los socios desean proteger y ampliar su negocio aprovechando sus licencias y un recurso público —el espectro electromagnético— con una venia garantizada por acuerdos fundamentales entre las elites que constituyen las fuerzas vivas de los diversos Estados latinoamericanos. Las fuerzas innovadoras en materia de políticas digitales en su mayoría quedan excluidas de los espacios de negociación y consenso de las elites, y este hecho puede ser el eje de una contradicción estructural clave en las democracias emergentes.

En este contexto de las políticas nacionales en el rubro de las telecomunicaciones, con tecnologías digitales emergentes y con reglas financieras así modeladas, los grupos de poder tradicionales han encontrado la brújula del camino táctico para mantener su poder de antaño. El enfoque actual es sobre los contenidos digitales y el flujo de remesas, los espacios simbólicos y de supervivencia material de los pobres. El hecho tiene implicaciones radicales para las políticas culturales y públicas ante la observada resistencia de las elites para ampliar la inclusión digital con sus inversiones, y aún con recursos fiscales, o reducir las tarifas de las transacciones financieras. Estamos ante un futuro predecible donde el Estado no asumirá la responsabilidad de garantizar la oferta de información estratégica a los ciudadanos, donde los marginados serán cada vez más excluidos y sus opciones limitadas a un modelo de darwinismo social autogestionario. Mientras tanto, las economías serán subvencionadas por el ingreso de las remesas, mientras las elites comerciales explotan los reducidos mercados de consumidores con suficiente capacidad de compra para adquirir la nueva generación de productos y servicios digitales que genera la inexorable evolución tecnológica y mercadotécnica.

Notas

1 Ofrezco estas ideas, pintadas con una brocha gorda con miras a perfilar un escenario regional complejo pero con un denominador común como eje transversal. No puedo negar que muchas afirmaciones nacen de mi mirada sobre el contexto mexicano.

2 Mi argumento se ancla en la tesis desglosada en el libro de Higley y Gunther (1992). Los autores ofrecen una doble caracterización de elites: afectan a las "soluciones políticas" de manera continua en el sentido de que sus opiniones individuales y acciones posibles son percibidas y tomadas en cuenta por otros líderes de opinión, además de subalternos, para efectos de sopesar los beneficios y costos de alguna política específica, e incluso cambiar regímenes. Las elites también afectan las soluciones de manera sustantiva en el sentido de que una propuesta que no cuenta con su apoyo decidido tiene pocas posibilidades de ser aprobada y/o puesta en práctica.

3 Donde los comisionados designados para dirigir los diversos entes reguladores no tienen que rendir cuentas, ni directa ni indirectamente, al electorado, y a veces ni al poder legislativo.

4 Fue notable la baja participación de las delegaciones de los Estados latinoamericanos en la primera Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.

5 Brasil, Colombia, Chile y Perú tienen tales fondos en operación; México lo autoriza pero las reglas todavía no son transparentes.

6 La convergencia entre la radio, televisión e internet moviliza muchos recursos en pro del control de mercados cautivos y potenciales.

7 El tema es candente por el crecimiento insólito del flujo de remesas en toda la región en el último lustro. Véase, por ejemplo, Malkin 2005.

8 Hay pocas excepciones: solamente Panamá y Venezuela no registran un ingreso a sus cuentas nacionales procedentes de las remesas enviadas por sus conciudadanos en el extranjero. En cambio, las ciudades del sur son receptores de mano de obra boliviana, ecuatoriana, paraguaya y peruana, mientras el rubro de las remesas es importante, pero al parecer no determinante en Uruguay.

9 Cabe señalar que estas elites tienen antigüedad histórica en muchos países, pero incluyen a empresarios de nuevo cuño también. Suelen ser parentelas traslapadas, donde el matrimonio endogámico refuerza la solidaridad de clase. Con pocas excepciones (¿Brasil?), no generan tecnología propia y actúan sin escrúpulos para proteger sus privilegios y mercados donde muchas veces son socios de proveedores internacionales.

10 Este concepto de la base de la pirámide es instrumental en la reconfiguración de estrategias de inversión, nuevas alianzas empresariales, diseños de productos digitales, microfinanzas, etc. por parte de empresas multinacionales, el gobierno de los Estados Unidos y algunos donantes.

11 Pero las condiciones de sus licencias con proveedores internacionales inhibe el desarrollo de una tecnología propia y el hecho les condena a defender propiedad intelectual ajena, sin fomentar ningún desarrollo nacional.

12 Costa Rica, que se jacta de ser un país líder en este campo, ahora crece 1,8% al año en materia de conexiones (Monge y Hewlitt 2004). En todos los países se observa una competencia feroz en la telefonía celular donde nuevos servicios amplían el mercado de clientes.

13 Las mismas empresas que se encargan del envío de remesas a escala mundial admiten que el costo de estos envíos electrónicos a través de sus redes es hoy día marginal.

14 Hay notables excepciones; por ejemplo, el Banco Solidario del Ecuador ofrece una tarifa gratuita para el envío de las remesas de los ecuatorianos desde España.

15 Mi trabajo, "After Calculating Opportunity Costs, the Remittance Development Fund" argumenta cómo las elites cobran una renta por la transferencia de remesas que representa un subsidio de facto para su balanza de pagos, además de dólares y euros baratos para el respectivo sistema financiero.

16 En México existe una «pequeña elite económica que vive como los maharajás [príncipes de la India] y también hay una elite política que los protege. Nuestra frontera se convierte en una válvula de escape a los inmigrantes, lo que deja a los políticos mexicanos y a la cúpula económica fuera de cualquier compromiso para proveer oportunidades a su propio pueblo», señaló George Grayson (2004), del College de William and Mary de Estados Unidos, a la cadena CNN.

17 El perfil regional de los programas oficiales que ofrecen capacitación en el empleo y programación en *software* de fuente abierta no propietaria es un indicador más de esta condición.

18 El tema de la sostenibilidad de los telecentros últimamente ha recibido mucha atención. Las dimensiones socioculturales, financieras, tecnológicas y administrativas han sido en gran medida ignoradas por las agencias del Estado, limitando de esta manera no sólo su sobrevivencia, sino también la escala de los *modus operandi* probados en contextos populares, un activo en sí mismo, y una retroalimentación del discurso técnico sobre el modelo genérico apropiado para la entrega de servicios digitales en puntos de acceso colectivo.

19 "Grupos ciudadanos triunfan en las municipales de Bolivia en detrimento de los partidos" fue un titular, difundido por internet, en boletines de municipalistas en 2004.

Bibliografía citada

Grayson, George (2004). Citado en *La Jornada*. México, 19 de diciembre.

Hernández Navarro, Luis (2004). "To Die a Little: Migration and Coffee in Mexico and Central America" en *Americas Program*. Special report, December 13. Silver City, New Mexico, Interhemispheric Resource Center.

Higley, J. y Gunther, R. (comp.) (1992). *Elites and Democratic Consolidation in Latin America and Southern Europe*. Cambridge University Press.

Malkin, Elisabeth (2005). "Study Challenges Assumptions about Money being Remitted to Mexico" en *The New York Times*, July 7.

Monge, Ricardo y Hewitt, John (2004). *Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y el futuro desarrollo de Costa Rica: el desafío de la exclusión*. San José, Fundación CAATEC.

Palma, Israel (2004). "Redes de poder y organizaciones civiles. Antropología política de las organizaciones civiles de la ciudad de México". Tesis de maestría. Iztapalapa, Universidad Autónoma Metropolitana.

Robinson, Scott S. (2004). "¿Brecha o inclusión digital?" en *Nueva Sociedad*, Nº 195. Caracas. Reproducción autorizada por el autor.

Sociedad de la información y movimientos sociales. Alternativas democráticas al modelo de desarrollo social dominante

Francisco Sierra

En el actual proceso de reestructuración de la lógica de reproducción social, la explotación intensiva de la comunicación y la cultura es el marco de referencia por considerar para definir y comprender las transformaciones que afectan al mundo del trabajo, la educación y la producción cultural. Y, en coherencia, el punto de partida de construcción de las alternativas de progreso y emancipación social. Más aún, cabría incluso afirmar que el modo en el que tratemos los cambios y la lógica económico-política de la comunicación es determinante en el desarrollo social, por lo que, lejos de considerar este campo de la actividad social un problema menor para el análisis y la teoría social, debe ser visto como un reto estratégico sobre las alternativas y proyección histórica del cambio social necesario.

Por lo general, los estudios sobre la naturaleza informacional de la sociedad contemporánea dibujan en nuestro tiempo un escenario contradictorio, cuyo gobierno por las máquinas y sistemas de información, lejos de facilitar un conocimiento detallado de los procesos de desarrollo, favorece, en

la práctica, la asunción de un pensamiento fatalista sobredeterminado por un "metarrelato posmoderno", incapaz de otra cosa que la denuncia de los proyectos de movilización y democratización del conocimiento y de los medios de información y expresión cultural. De forma que la desrealización del mundo cotidiano y la pérdida material de las formas de anclaje de la experiencia por efecto de la colonización de los simulacros mediáticos terminan por bloquear el imaginario político-ideológico emancipador en un proceso de mixtificación de la posmodernidad y las nuevas formas de dominio flexible, que de raíz niega toda posibilidad de una "nueva cartografía del tardocapitalismo", pese a la pertinencia y necesidad de este ejercicio intelectual y de compromiso histórico en un tiempo como el presente, marcado por el proceso intensivo de la globalización, cuyo desarrollo se está traduciendo en diversas formas de crisis cultural y desconcierto de las comunidades locales, paralelamente al proceso de descentralización de las instituciones económicas, políticas e informativas.

En nuestro trabajo, que no en vano trata de discutir los conflictos y las contradicciones de la comunicación en la sociedad del conocimiento para su transformación democrática, quisiéramos empezar apuntando precisamente este problema: el problema crucial de la localización y descentralización informativa, paralelamente a la concentración del poder cultural y del capital simbólico, como parte de la lógica social del capitalismo global, en el entendimiento de que los principios de territorialización —e intervención local— y de totalización —desde la perspectiva teórica— o, para recordar la premisa del movimiento ecologista, pensar globalmente y actuar en lo local, sin duda pueden constituir vectores estratégicos para una visión transformadora del desarrollo social informativo, capaz de superar la inacción discursiva del posmodernismo y la reclusión tautológica de la globalización, a partir de una praxis investigadora fundada en el sujeto y sus redes sociales como base de una nueva reflexividad e interacción colectiva dialógicas.

Pensar el cambio, cambiar el pensamiento

Si la cultura del simulacro de una sociedad como la nuestra donde el valor de cambio se ha generalizado hasta el punto de borrar las huellas y el recuerdo del sentido material originario tiene en la imagen —como recuerda Guy Debord— la forma final y más perfecta de reificación de la mercancía, parece lógico pensar que el proyecto de territorialización del análisis social vinculado a las estrategias de conocimiento y construcción comunitaria de los actores locales pueda contribuir a superar el sentido común teórico del fetichismo de la mercancía, al abrir el proceso de información y desarrollo a nuevas reglas y oportunidades favorecedoras de un saber y un poder social más autónomos.

La propuesta que esta idea apunta, en la revisión del modelo dominante de la globalización cultural, trata en este sentido de facilitar una lectura endógena y participativa del desarrollo que, identificando la comunicación, la educación y la cultura como fuerzas matrices (y motrices) del cambio histórico contemporáneo, vincula a la dialéctica social de las redes comunitarias la posibilidad de un proyecto tecnocultural en el que los procesos de mediación informativa surjan a partir del aprendizaje y las iniciativas movilizadoras del conocimiento, basadas en prácticas de investigación colectiva e intercultural "dialógicas".

Para que esta posibilidad sea consistente, hoy más que nunca es necesario aunar la crítica teórica del pensamiento o contradiscurso de la globalización mediática, con un detallado y riguroso análisis estructural de los procesos de concentración multimedia en los sectores estratégicos de la industria de la cultura, partiendo de las consideraciones más generales sobre la globalización como construcción del sistema mundial integrado, donde los medios de comunicación forman parte de una estructura internacional desequilibrada y oligopólica, claramente vinculada a los intereses de los capitales transnacional y local, pues de la "visualización" de tales procesos depende el futuro desarrollo de la "civili-

zación tecnotrónica". Un futuro hasta ahora escrito de acuerdo al guión trazado por el poder mediático transnacional con la consiguiente concentración y privatización del poder de informar y la mercantilización del saber y del conocimiento de acuerdo a las nuevas condiciones informales de producción que hacen del problema de la economía política del conocimiento una cuestión crucial en las luchas y reivindicaciones de la izquierda (Bolaño 2000).

Como sabemos, el proceso de apropiación y control de la comunicación, la cultura y el conocimiento por los grandes emporios económicos no es sólo característico, lógicamente, de la nueva cultura global, ni puede considerarse tampoco un problema histórico reciente. Desde 1980, con la publicación del Informe MacBride, la UNESCO ha venido constatando cómo las desigualdades de acceso, producción y circulación de información en el mundo han reproducido diversas situaciones de colonización cultural, afectando al orden económico en favor de los intereses de las grandes potencias capitalistas, a través por ejemplo de la influencia y control de la industria publicitaria y la universalización de modelos y formas de vida ajenos a las realidades socioculturales de los países menos desarrollados. Las tesis del citado informe apuntaban entonces a la formación de la comunicación internacional:

a) La creciente privatización de los flujos y procesos mundiales de intercambio de información y tecnología.
b) La concentración del poder informativo en unos pocos países y en unos pocos grupos transnacionales de comunicación.
c) La agudización de las desigualdades informativas y tecnológicas entre los países del Norte y del Sur.
d) Y el aislamiento de regiones, países y continentes enteros del proceso de circulación y transferencias tecnológicas en la economía-mundo.

El modelo dominante de desarrollo del sistema mundial de información ha venido acentuando progresivamente tales tendencias a lo largo de cuatro períodos históricos:

1. La "etapa diplomática" (1945-1973), marcada por la concepción contrainsurgente de los medios de comunicación colectiva como soportes estratégicos de la política exterior estadounidense y componentes fundamentales de la doctrina de seguridad nacional en la defensa de los intereses y el *american way of life* (modo de vida estadounidense), por la que los medios de información serán definidos como los principales agentes de la nueva diplomacia pública moderna.
2. La crisis del sistema mundial de dependencia (1973-1980), también denominada "etapa del giro tercermundista", en la que los países del Sur cuestionarán el orden mundial de la comunicación y sus desequilibrios en relación a las necesidades de desarrollo social de los países menos favorecidos, reclamando un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI) y un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC) frente al dominio cultural de la industria estadounidense y algunos países europeos, la difusión desequilibrada y oligopólica de las noticias internacionales por las cuatro grandes agencias de prensa (AP, FP, Reuters y UPI), la restricción de acceso al sistema mundial de radiodifusión controlado por Estados Unidos y las transferencias de tecnologías de la información del Norte al Sur, causas de la dependencia informativa, social y cultural y del subdesarrollo en estos países.
3. La reestructuración de la hegemonía estadounidense (1980-1991), liderada por el movimiento conservador en Inglaterra y Estados Unidos, e iniciada con la reorganización de la división internacional del trabajo y la imposición de la doctrina del libre flujo de la información frente a las aspiraciones de los países subdesarrollados en su defensa de un nuevo sistema mundial de las comunicaciones, cuyo respaldo por la UNESCO será finalmente boicoteado.
4. La era del Nuevo Orden Mundial de la globalización capitalista, sancionada ideológicamente por la exitosa "guerra mediática" contra Irak y la aprobación de la Agenda para la Acción del vicepresidente Al Gore para el desarrollo de la Nueva Infraestructura de Información asumida por el G7 como marco doctrinario de construcción de la red mundial de telecomunicaciones en la llamada "aldea global".

En esta última etapa, la orientación ideológica liberal de las discusiones en curso sobre el papel de la comunicación y los sistemas informativos en el proceso general de desarrollo, a la luz del proceso de globalización, tiene lugar, paradójicamente, junto al fenómeno de la "planetarización de la conciencia" que hace hoy al fin posible, y también necesario, el compromiso histórico de los actores sociales ante el conjunto de problemas civilizadores que enfrenta la humanidad en su horizonte vital más inmediato.

El problema del desarrollo informativo es, en efecto, un problema de civilización. Pero precisamente aún hoy esta falta de conciencia, la incapacidad de pensar relacionalmente el conjunto de factores y procesos sociales que articulan, en su irreductible complejidad, las condiciones de desarrollo material y determinan los niveles de vida de la población constituye precisamente uno de los principales obstáculos al proceso de "desenvolvimiento comunitario", por el establecimiento de una cesura radical entre el desarrollo del conocimiento y la producción material, pese a que hoy —y esta es una de las grandes contradicciones de nuestro tiempo— se define la sociedad en función de la "economía de la mente".

Conviene por ello, de acuerdo con Marx, preguntar al respecto qué tipo de razonamientos alimenta el actual discurso de la sociedad global integrada, desde qué principios son definidos los procesos de territorialización del capital global, y cómo se relacionan los procesos de privatización de los medios de producción y cultura con las rupturas y desterritorializaciones del nuevo espacio público mediado por las industrias de la conciencia que hoy también son directamente constatables en el pensamiento social.

Así, si la globalización tecnoinformativa y del audiovisual es el principal vector de los radicales cambios que organizan las formas hegemónicas de poder, pensar sus territorios, el espacio del mercado, de las marcas y marcos políticos de producción cultural que organiza y atraviesa el capital impone como necesaria una suerte de filosofía pragmática de la comunicación, inspirada —como critica Martín Barbero— en la carrera tecnológica que hoy impulsan "las fuerzas del mercado". La aldea global mcluhiana, el universo digital de Negroponte como "camino al futuro" de la sociedad informada expresa, discursiva y teóricamente, en el actual contexto histórico, la imposición irrebatible del proceso de mundialización de los mercados y de reestructuración del sistema-mundo como deriva lógica y forma natural de toda expectativa social de modernización.

Como ya apuntara Héctor Schmucler (1997), la lógica que preside estas ideas no tiene resquicios y su funcionamiento ofrece al mundo la promesa de máxima libertad y de la mayor capacidad de elegir y decidir. En efecto, si la información es gratuita, todos pueden tener acceso a ella; si la información otorga poder, y como está al alcance de todos, el poder puede estar en todas las manos; si la planetarización de la información genera interdependencia, no existen riesgos de que ese poder pueda ser utilizado para que nos dominen otros.

La actual revolución de las comunicaciones vendría representando, en suma, la deseada universalización del conocimiento y, de paso, el acceso a la justicia y la paz mundiales, mediante el crecimiento y el desarrollo mental del individuo, más allá de los proyectos de salvación colectiva fracasados en la historia de la modernidad.

En este escenario, la doctrina del libre flujo de la información, impuesta desde los años cincuenta por

Estados Unidos, vuelve a ser la norma dominante en los programas de expansión y desarrollo internacional de la nueva comunicación y, desde luego, de la filosofía pública y las teorizaciones posmodernas del revisionismo académico en auge. Envuelta en la aureola populista de la competencia y la modernidad del mercado, la vieja idea del *free flow information* se ha convertido como consecuencia en la idea matriz de inspiración que guía el desarrollo de políticas regionales de comunicación, favoreciendo la privatización sistemática, la concentración exacerbada y la desregulación, bajo liderazgo y supervisión de los conglomerados multimedia del centro del sistema capitalista.

A partir especialmente de la Ronda Uruguay del GATT, que ha sancionado la liberalización general de la industria de la información frente a cualquier tipo de reivindicación de la "excepcionalidad cultural", proyectos de integración regional como por ejemplo Mercosur o el Grupo Andino han terminado por aceptar como propio, en ocasiones hasta de forma entusiasta, el objetivo político de la competitividad y la convergencia económica en torno a los procesos de expansión y concentración industrial del sector. La reedición del rancio principio liberal de la comunicación sin fronteras cuestiona así, bajo el imperio del capital financiero, todo proyecto público de comunicación, desregulando los procesos de producción y distribución cultural al extremo de subsumir y desplazar toda política de medios en la lógica comercial de valorización capitalista.

Como resultado de esta filosofía política y de la apertura del sector comunicativo interno al mercado y al capital extranjero en los procesos de integración económica comercial, las industrias culturales en regiones como América Latina o la Unión Europea están experimentando la progresiva:

- Reducción de las tasas de producción local.
- Reducción de los espacios propios de difusión audiovisual.
- Centralización de las fuentes informativas.
- Dependencia financiera de los controles y agencias publicitarias transnacionales, principalmente de Estados Unidos.
- Reducción de la diversidad y creatividad de los contenidos de los medios y de la pluralidad de expresiones culturales.
- Privatización de servicios públicos estratégicos para el desarrollo económico nacional.
- Imposición de una narrativa e imaginario audiovisual anclado en los modelos de consumo estadounidenses frente a las necesidades de desarrollo social y cultural de la mayoría de la población mundial.

Poder y control global

Por otra parte, la propagación de redes mundiales de comunicación social no sólo representa la superación de la vieja idea del derecho a la libertad de expresión, sino también la naturalización de nuevos procedimientos de dependencia y control hegemónicos. Pese a que hoy se identifica la fuerza de lo tecnológico y el poder de las "tecnologías del espíritu" como el eje de estructuración de lo que, se entiende, es un nuevo orden social, realmente la interconectividad hombre-máquina constituye un argumento de legitimación y desarrollo del único futuro deseable que es posible pensar, obviando, desde luego, el papel represivo y de control social con el que se implantan las máquinas administrativas y culturales de información pública. Cabría recordar, en este sentido, que las tecnologías contemporáneas de información y transmisión cultural han tenido su origen en la alianza de las grandes empresas industriales con el aparato militar. Como recuerda Mattelart (1998, 2002), la computadora, el satélite, la electrónica misma proceden directamente de esta asociación permanente que se materializó en un tipo de estado que surgió al finalizar la segunda guerra mundial: el estado de seguridad nacional.

A partir de la década de los sesenta, el modelo de crecimiento de la industria electrónica y aeroespacial, según la lógica de la economía de guerra, ha venido favoreciendo la centralización de las comunicaciones internacionales por el Pentágono, supeditado al proyecto imperialista de agresión ideológica y penetración masiva de los sistemas de información e inteligencia de las naciones periféricas del sistema mundial. Las técnicas, métodos y tecnologías de la información y la comunicación colectiva han ido perfeccionándose a lo largo de la segunda mitad del siglo XX en un contexto global dominado por las transformaciones económicas del sistema y estructura de producción del capitalismo, bajo la órbita de la hegemonía imperialista estadounidense, que ha venido determinando el curso de la política de expansión transnacional del sistema fordista, conforme a los patrones culturales de la industria cultural norteamericana en un proceso paulatino de entrelazamiento de los grandes monopolios capitalistas con el complejo industrial-militar del Pentágono, siguiendo las directrices de seguridad nacional en el desarrollo de infraestructuras y la asistencia social de los países informativamente dependientes, de acuerdo a cuatro líneas de actuación:

1. El control de la red satelital y el espacio geoestacionario, mediante la expansión y apoyo del oligopolio económico de la industria de telecomunicaciones en el control de toda la información geográfica, meteorológica y de inteligencia estratégica.
2. El desarrollo de programas de cooperación y asistencia técnica en el marco de políticas de intercambio y liberalización económica que integran el frente civil y el militar en programas de modernización tecnológica.
3. La subvención y financiación de medios de comunicación locales, afines a las tesis e intereses geoestratégicos del imperialismo norteamericano, así como a organismos internacionales como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).
4. Y la aplicación de campañas específicas de relaciones públicas, publicidad y propaganda en situaciones conflictivas de insurgencia emergente o de guerra abierta a nivel local y regional, con el concurso indirecto del Pentágono en tareas de coordinación y apoyo logístico.

Los acontecimientos tras los ataques del 11 de septiembre en Estados Unidos en modo alguno inauguran por tanto una nueva política propagandística y de control global de la información, según han querido ver algunos analistas. La actual guerra informativa por el dominio de las mentes y los corazones desarrolla la experiencia acumulada en las operaciones de contrainsurgencia del Pentágono cuando por primera vez se observa la necesidad de incluir el uso y control de las redes telemáticas para la guerra electrónica, utilizando los sistemas de satélites, de telecomunicaciones y la nueva infraestructura de tecnologías de la información en la interceptación y el bloqueo de las informaciones del enemigo, así como la utilización de los medios, las industrias culturales de información y entretenimiento en la difusión de los valores de liderazgo imperialistas.

A lo largo de la década de los sesenta y hasta nuestros días, el exitoso papel de la política de desinformación y manipulación mediática, bajo mando del Pentágono, ha propiciado así un modelo de desarrollo de las comunicaciones internacionales gobernado por la violencia y la agresión, militarizando, intensivamente, la lógica informativa de la cultura de masas en una progresiva y lenta adaptación de la esfera pública a la mediación informativa, los modos, objetivos y presupuestos de los verdaderos agentes socializadores de las nuevas tecnologías de la información: la industria pesada de armamento y el complejo político-militar del Pentágono.

Así, si en la década de los sesenta se establece la doctrina de seguridad nacional como principio rector en las comunicaciones internacionales, en la década de los noventa el sistema global de vigilancia político-militar de la economía-mundo ha iniciado una renovación y perfeccionamiento de la teoría de defensa estratégica en torno al desarrollo "reticular" de las nuevas tecnologías de la información

Sociedad de la información y derecho a la comunicación

instituyendo cinco supuestos fundamentales que, a la luz de las últimas guerras contra el "Eje del Mal", hacen más que clarificadoras las directrices seguidas en los últimos años en el proyecto de construcción de la sociedad global de la información. A saber:

1. Las fronteras geopolíticas de las naciones han perdido importancia para los propósitos de la seguridad nacional.
2. La noción de seguridad nacional debe ser extendida más allá del ámbito militar para incluir los aspectos comerciales y penales.
3. La distinción entre ámbito público y privado debe ser superada.
4. Debido al carácter efímero y complejo de los problemas de defensa, el énfasis de las políticas militares se orienta a la recolección y procesamiento de la información, así como al desarrollo de modelos de organización flexibles y descentralizados.
5. La nueva teoría de seguridad se apoya, por lo mismo, especialmente en las infraestructuras de información, configurando un sistema global de vigilancia.

Recordemos, en este sentido, que internet es fruto de los denodados esfuerzos estadounidenses por situarse a la cabeza del poder económico mundial mediante el control del sector informativo. Ya en 1989 prestigiosas instituciones universitarias como el MIT recomendaban al gobierno republicano un mayor esfuerzo de inversión en la industria informática para favorecer el desarrollo económico, automatizando integralmente todo el proceso de producción, en la industria.

Siguiendo estos mismos designios, la agenda Al Gore vaticinaba a principios de la pasada década que la NII podía capacitar a las firmas estadounidenses para competir y ganar en la economía-mundo, generando abundante empleo y crecimiento económico, que cambiaría integralmente la vida de los estadounidenses mediante la reducción de las distancias geográficas y las barreras sociales, al conceder una valiosa y merecida oportunidad a todos los ciudadanos para llegar tan lejos como su talento y ambición lo permitieran. Más de un lustro después las consecuencias de esta política comunicacional arrojan, sin embargo, un saldo negativo en el sentido contrario, en buena medida debido a la interesada negación del punto de partida que señalábamos en páginas anteriores sobre la relación información y poder, oculta en este caso a la discusión pública sobre los modelos, políticas e iniciativas sociales de la nueva comunicación, desde el punto de vista del desarrollo social.

El reduccionista argumento tecnológico de Al Gore se fundamenta en que el desarrollo y expansión de la red favorece indiscriminadamente por igual a todos sus usuarios, dadas la propia estructura y características de los nuevos canales de comunicación. De ahí el poder transformador y "revolucionario" de las nuevas telecomunicaciones en relación al desarrollo social. Los países menos favorecidos pueden, en consecuencia, superar sus dificultades a partir de las recomendaciones de la agenda para el desarrollo.

Obviamente, Al Gore eludirá tomar en cuenta, en el marco de la agenda para la acción, los costos reales de este benéfico modelo de desarrollo en los países tecnológicamente dependientes. Desde la economía política de la comunicación, no es ningún secreto, sin embargo, que la tecnología se implanta y transfiere en un sistema de relaciones sociales que reproduce asimetrías y dispositivos de poder preexistentes. Cualquier informado y atento analista de la comunicación internacional puede observar, en este sentido, que la nueva economía, la revolución digital, obedece más bien a una tendencia capitalista de concentración y acumulación de plusvalía según los objetivos de las corporaciones transnacionales y sus necesidades de circulación acelerada y global de bienes y servicios en la nueva economía-mundo, que a la democratización social y cultural que preconiza la retórica liberal y la investigación administrativa en la propaganda gubernamental de promoción de internet como expresión de la participación, la igualdad y el desarrollo económico equilibrado, cuando en realidad no se están sino reeditando ancestrales visiones organicistas de las máquinas de administración y representación social.

En su crítica de la comunicación contemporánea, Lucien Sfez da nombre a esta lógica del pensamiento "sedentario": el *tautismo*, neologismo descriptivo de una cultura mediática ensimismada, tautológica y virtualmente autista, incapaz de mirar más allá de sus propios objetos neotecnológicos que la representan. El tautismo se convierte así en la forma de la forma simbólica. La tecnología es implementada entonces como un discurso que pretende sobredeterminar la sociedad y sujetar a su propio criterio técnico la eficacia de todas las actividades del mundo terrestre, y aún de otros universos habitados o inhabitados.

En respuesta a esta amenaza real y latente de las nuevas máquinas inteligentes, numerosos autores han establecido una falsa dicotomía entre hombre y máquina, entre cultura y técnicas de reproducción, como una forma de rechazo generalizado del tecnologismo pragmático que domina el nuevo y viejo pensamiento occidental. Craso error, sin duda, para comprender la complejidad organizativa de nuestras sociedades, al situarse en el camino trillado y tópico del sentido común y la racionalidad dicotómica, cuando en realidad los problemas de comprensión y análisis de la sociedad informacional derivan precisamente de la falta de integración y transdisciplinariedad necesarios para transformar el universo de la comunicación y la cultura, al reeditar con poca imaginación, y escasa amplitud de miras, tradicionales oposiciones entre lecturas "apocalípticas" e "integradas" en el diagnóstico de la sociedad de la información, que escapan al análisis riguroso del universo mediático desde el punto de vista histórico y, políticamente, a toda posibilidad de crítica teórica, más allá de las consabidas formulaciones al uso sobre el poder movilizador de las nuevas máquinas de representación.

Pero centremos el objeto de este trabajo. El objetivo de nuestra discusión: las alternativas y estrategias de cambio de este horizonte brevemente dibujado sobre la comunicación y la cultura en la sociedad de la información y sus potencialidades para la práctica política y cultural de los movimientos sociales.

Nodos, enlaces, puntos de condensación

Si, como hemos visto, hoy el desarrollo tecnológico se nos presenta como el origen de la globalización y el acceso a una sociedad poscapitalista basada en nuevas formas de organización y sociabilidad, este modelo de desarrollo sustentado sobre el poder administrativo de las nuevas tecnologías de la información se concreta, a nivel político, en la identificación del nuevo orden mundial con el triunfo de la ideología liberal y, más allá aún, con el propio "fin de las ideologías", en el proceso de reconstitución de los poderes públicos.

Hoy es un hecho aceptado como natural el que, aunque el Estado siga cumpliendo un papel importante en las relaciones internacionales, el monopolio y centralización del poder sancionador sean progresivamente disgregados en beneficio de los actores corporativos transnacionales, dando lugar a lo que Hirsch denomina «el Estado nacional de competencia». La actual fase de desarrollo tardocapitalista no sólo ha llevado a que la empresa privada fiscalice las funciones de administración, producción y consumo de la casi totalidad de los bienes y servicios de interés público. Además, la necesaria expansión de las lógicas de concentración y mundialización del capital están significando el control hegemónico de la socialización y formación cívica de la ciudadanía en las normas neoliberales de convivencia, a partir de los patrones de apropiación posesiva de objetos de consumo y de competencia radical en el espacio público de los diferentes actores colectivos. Y un discurso público que cultiva la irresponsabilidad como norma y el fatalismo como actitud.

Políticamente, el foro *Las otras voces del planeta* ha identificado los fundamentos ideológicos de este discurso público dominante en el nuevo orden internacional en torno a tres principios básicos de racionalización, prácticamente universales: el desarrollo, mantenido como objetivo y destino universal para el conjunto de la humanidad; la globalización de la economía, aceptada como necesidad histórica y como único camino para lograr extender el desarrollo a todo el mundo; y, la competitividad, considerada como el único instrumento capaz de regular de modo óptimo el funcionamiento de la economía globalizada.

El concepto nuclear subyacente común a estos tres principios en el discurso de la sociedad global de la información es la noción de interdependencia. Un término cuyo pronunciamiento remite, en la práctica, directamente a la inevitabilidad de la ley de hierro del desarrollo económico internacional. Lo global expresa de manera condensada en este concepto un solo orden, una sola función productora, un solo curso o dirección en el desarrollo histórico. La interdependencia significa, en suma, el inevitable imperio de la globalización capitalista, de la que no es posible desvincularse como tendencia —como hace años propusiera Hamelink (1991)— salvo a riesgo de quedar al margen del sistema de producción y de comercio mundiales. La comunicación en la aldea global certificaría, en este sentido, la ineludible unificación y participación ciudadana en los problemas humanitarios del planeta. La afirmación local de la autonomía política y las identidades culturales es considerada, en esta perspectiva, una restricción a la libre circulación de bienes y servicios, una "reacción conservadora" al proceso de modernización totalitaria. Y aquí tenemos, sin duda, un nodo de la red, un punto crítico de condensación y confrontación social: la afirmación local de los territorios, identidades, culturas y voluntades políticas de la ciudadanía, que debe ser tomada en cuenta como campo propicio de articulación y construcción de la alternativa comunicacional al modelo dominante de mediación informativa.

Las exigencias de la producción y los modelos de consumo no se detienen en las fronteras de las culturas locales que, impelidas por la necesidad, son obligadas a diluirse y estandarizarse para una más eficaz y rápida circulación de los bienes, servicios y capital circulante de la industria de la comunicación y otros sectores económicos. El carácter ideológicamente mixtificador del discurso público sobre la aldea global queda, no obstante, en evidencia cuando se comprueba que la única mercancía que ve limitada su capacidad de circulación transfronteriza es precisamente la mano de obra. La fuerza de trabajo es sistemáticamente marginada en las políticas de liberalización transfronteriza e integración regional, siendo sometida a un duro proceso de disciplina para reterritorializar su permanente disponibilidad económica al servicio del gran capital.

Como apunta acertadamente Hamelink, la expansión tecnológica de los nuevos medios no ha significado la construcción de la anhelada aldea global o la celebrada por McLuhan *aula sin muros*, sino más bien al contrario un modelo de aldea empresarial en la que la producción y el *marketing* a escala planetaria conciben el mundo como un gran zócalo universal. Formalmente, todos somos iguales, todos somos libres, todos somos partícipes del nuevo orden mundial. Ahora de qué manera y cómo participamos en la inmensa red tecnológica que nos vincula, quién decide sobre cómo gobernar esta red; esto es, quién procesa, transmite y clasifica la información estratégica que circula por estas redes, pero sobre todo, quién toma decisiones sobre el desarrollo y configuración del nuevo entorno cultural planetario son cuestiones reservadas a ciertas elites o directamente ocultas al escrutinio público por razones de seguridad nacional.

Ciertamente, estamos ante un nuevo modelo de articulación social que, políticamente, ha evolucionado muy poco del sistema panóptico, y vertical, del Estado moderno ilustrado por Bentham, si bien la nueva configuración laberíntica de las redes informacionales abren nuevas alternativas a la participación y al diálogo público. Por ello conviene seguir cuestionándose quién dice qué en el canal entreverado del nuevo sistema de información y comunicación planetario, para no seguir reeditando el viejo orden de la desigualdad y falta de oportunidades que el modelo de desarrollo dominante perfila a través del nuevo discurso o metarrelato tecnológico para el conjunto de la humanidad, merced a la representación idealista de los escenarios posibles y deseables del proceso de desarrollo civilizador que proporciona la industria del espectáculo. Y ello movilizando los poderes locales, las fuerzas moleculares, las redes comunitarias que trazan vínculos, articulan solidaridades múltiples, afirman la especificidad local frente al capital global.

Estrategias y bases de construcción de la alternativa comunicacional de progreso

Una primera consideración por discutir y desarrollar colectivamente es la articulación de poderes locales de comunicación y cultura, de producción de autonomía informativa a nivel local. La apuesta por esta estrategia política deriva de la constatación del carácter difuso y disperso de los conflictos posmodernos de nuestra contemporaneidad, tal y como describen Negri y Hardt en su análisis del orden imperial hegemónico. Pero también de la progresiva pérdida de peso del Estado a favor de las formas de regulación política global y de espacios y centros de concentración político-económica como la Unión Europea o de actores transnacionales como Microsoft, con la consiguiente emergencia de lo local como espacio de resistencia, territorialización y construcción del poder ciudadano de oposición y articulación comunitaria del derecho a la comunicación. De aquí la pertinencia de atender a estos espacios y formas de resistencia local, tradicionalmente relegados u omitidos en la teoría y la práctica política emancipadora. Atendiendo a los escenarios y tendencias económico-políticas de la comunicación global, estas realidades adquieren sin embargo cada día mayor relevancia, lo que hace necesario intervenir y comprometer la acción democrática y la lucha política por la ciudadanía y la cultura local en la construcción del socialismo como estrategia prioritaria de las fuerzas de progreso.

Toda política radical en materia de comunicación y cultura pasa, en este sentido, por definir programas de investigación y transformación social a este nivel, como también regionalmente. No podemos detenernos en detalle en ejemplos como el caso europeo, sobre el que hemos venido trabajando a lo largo de los últimos años, por no disponer del tiempo y ocasión oportunas, pero a modo de apunte, cabe observar cómo en la Europa de las regiones, como en otros espacios de integración comercial y libre circulación del capital, existe un amplio universo de oportunidades abierto a la acción y movilización política sin definir que debe ser abordado como campo propicio para la transformación del sistema informacional, rompiendo con las lógicas dominantes de valorización de la industria cultural y con los intereses y las redes clientelares que vinculan tales unidades territoriales con las necesidades de valorización y desarrollo del capital. Tal tarea parece desde luego prometeica, pero sin duda se nos antoja necesaria y posible, a condición de ser conscientes de cómo este campo de actividad puede ser intervenido concentrando las fuerzas de oposición en un tiempo de declive del Estado moderno.

En esta línea, convendría prefigurar un programa político y un proyecto de trabajo cultural en el ámbito local y regional, a escala europea, y global, que a mediano plazo soporte y haga posible la organización transnacional de movimientos sociales de transformación de la comunicación-mundo. Las fuerzas políticas y sociales deben comenzar a definir políticas locales y regionales de comunicación, planes de movilización y organización de alternativas culturales de base comunitaria y regional, organismos de intermediación como los consejos locales y/o regionales de comunicación, plataformas transversales de cooperación y desarrollo productivo de la industria y de los derechos culturales de la

ciudadanía, si en verdad existe claridad y voluntad políticas de intervención decidida en el sector. Esta condición, sin embargo, no se cumple de momento porque la izquierda política y los movimientos sociales en general tienen todavía una cuenta pendiente en su teoría y práctica política: replantearse en serio la comunicación como un problema no de medios o de uso instrumental de los mismos para un discurso político radical, sino como un espacio de diálogo, de consenso y articulación de voces plurales, voluntades divergentes y solidaridades precarias. Antes bien, por el contrario, la política de la izquierda ha favorecido usos y concepciones reduccionistas de la comunicación que reproducen, desde un funcionalismo progresista, las formas de control y dominación conservadoras.

El primer reto, por delante, que tienen por tanto las fuerzas de progreso es asumir y plantear una agenda social de la comunicación; y subrayo la palabra *social*, porque debemos a fuerza insistir necesariamente que no es posible perfilar una política de comunicación que oponga por toda alternativa al modelo privatizador liberal la propiedad estatal de la comunicación, sin riesgo de incurrir en los mismos errores y obstáculos al desarrollo democrático de la comunicación pública moderna.

Entre el mercado y el Estado, es posible e imprescindible pensar la comunicación y las políticas públicas en la materia socialmente, a partir de fórmulas de planeación, gestión y control democrático por parte de la ciudadanía y sus representantes sociales, local y regionalmente, sin que ello suponga tampoco negar la participación del Estado en la propiedad y control de los sistemas de comunicación. Debemos redefinir el concepto de servicio público a partir de la ruptura tanto de las estructuras de poder político del Estado como del modelo privado de concentración cultural, favoreciendo sistemas mixtos de comunicación público-societarios en torno a las redes y plataformas ciudadanas, los movimientos sociales, los profesionales del sector, los usuarios y colectivos educativos, culturales y políticos.

Tal propósito es, desde luego, inviable en las actuales circunstancias si no tiene lugar la necesaria articulación de espacios de intercambio, discusión y desarrollo de ideas entre comunicación y ciudadanía. Por ello, hoy más que nunca es necesario plantear como reto y tarea práctica inmediata un compromiso específico para:

a. Sensibilizar, en forma de pedagogía política, a la opinión pública y a la población sobre la necesidad de discutir y participar activamente en el actual desarrollo de los sistemas informativos.
b. Articular espacios de intercambio sectorial entre diferentes colectivos sociales sobre el papel de la comunicación en áreas como los derechos humanos, la perspectiva de género o la atención a las minorías culturales.
c. Fomentar la integración de plataformas de trabajo y colaboración ciudadana en defensa de la democracia informativa y el derecho de acceso a las industrias de la conciencia.
d. Introducir en la agenda pública el debate sobre el pluralismo y la democracia en los medios, retomando el legado de propuestas internacionales como el Informe MacBride en la promoción de una nueva cultura informativa y la defensa del derecho impostergable a la comunicación, en todos los sentidos.
e. Tejer vínculos con movimientos sociales, medios comunitarios y activistas de la comunicación alternativa depositarios de una experiencia, un capital político e intelectual desaprovechado para la construcción de alternativas por su desconocimiento y desconexión política, derivada de la dejación o errática política de las fuerzas de izquierda.

En definitiva, la primera condición para trazar un proyecto de futuro en la comunicación es proceder a reconstruir las fuerzas de progreso y movilización social transformadora, articulando redes asociativas, espacios de discusión, foros de debate profesional y plataformas de cooperación e intercambio que, a mediano plazo, hagan factible el diseño de un

programa alternativo de desarrollo de la sociedad global de la información y, a nivel micro, el desarrollo de políticas públicas de comunicación local y regional que promuevan el pluralismo y la diversidad cultural, así como la democracia y autonomía ciudadanas.

Tal ampliación de espacios presupone traspasar los límites objetivos de la economía política capitalista y su configuración comunicacional que la hace posible, mediante la planificación democrática de políticas públicas adecuadas al desarrollo social. Pero a condición siempre de renovar radicalmente el discurso y la práctica emancipadora del pensamiento crítico en comunicación.

Democracia cultural y cultura democrática. Comunicación y participación ciudadana

Si hemos de dar crédito a las palabras de Raymond Williams, el crecimiento de una organización y comunicación en gran escala es un logro humano de importancia capital que supera con mucho las dificultades y confusiones reales que ha traído consigo y que necesita ir mucho más lejos todavía, hacia la comunidad planetaria, en el encuentro y reconocimiento intercultural de las distintas voces que convergen en el mapamundi planetario. El progresivo acceso a la información en tiempo real, sin límites de tiempo, volumen o distancia es, sin duda, una gran revolución cultural que, convenientemente socializado, puede garantizar muchas de las utopías liberales aplazadas desde los albores de la modernidad. Pero ello exige una cultura distinta de investigación y organización social.

Primero, es necesario desarrollar el conocimiento empírico y teórico necesario para transformar la estructura de dominación cultural contemporánea. La investigación en comunicación debe impulsar en parte este esfuerzo. Y hay que apoyar a organizaciones como la Coordinadora de Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo (CONGD) en su trabajo orgánico y en el diseño de su cultura institucional. Nos encontramos, sin embargo, con un panorama de retraimiento y marginación del pensamiento crítico en las agendas científicas y los debates públicos de la comunicación que hoy se traduce en la escasa influencia social sobre los espacios de decisión y poder social. Una, por tanto, de las tareas urgentes que tienen los movimientos sociales es reagrupar y coordinar los esfuerzos aislados y dispersos de conocimiento en el área, promoviendo la discusión pública y la socialización del saber científico para la acción frente al neocapitalismo informativo.

Instituciones como la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), organizaciones no gubernamentales como la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por su sigla en inglés) deben por principio converger y trabajar juntas en proyectos comunes mediante la constitución de plataformas de investigación y desarrollo que multipliquen las sinergias y el capital social de cada una de ellas, coadyuvando al cambio de planteamiento que rige el gobierno de la comunicación mundialmente. Pues sin una alianza de las fuerzas de progreso con la academia, los intelectuales y estudiosos de la comunicación, en su pluralidad de variantes e ideologías dentro de la izquierda, difícilmente se podrá reorientar el modelo de desarrollo de la sociedad de la información. Y cabe advertir al respecto que, por el momento, la inteligencia crítica no ha dispuesto de interlocutores y condiciones propicias, políticamente, en esta dirección. Parece por ello conveniente, cuando menos a nivel regional y nacional, organizar foros de discusión, al tiempo que se promueven iniciativas de articulación de estructuras locales y plataformas entre unidades sindicales, asociaciones profesionales, usuarios y microempresas, entre entidades locales y comarcales, entre organizaciones sociales y poderes públicos.

En este empeño, la participación debe ser un principio rector de toda política y estrategia constituyente, favoreciendo espacios abiertos a la interpelación

social que hagan posible el acceso a los medios y sistemas informativos, el derecho a réplica, la articulación dialógica de la comunicación local y el pluralismo. Más allá de propuestas como la de los herederos del situacionismo y sus estrategias de guerrilla semiótica y comunicación con la ruptura del acontecer y del flujo informativo precodificado, la apuesta más productiva y consecuente con nuestro tiempo es pensar el cambio social de progreso haciendo la democracia dialógica y democratizando la comunicación en línea con experiencias originales como la de colectivos de periodistas solidarios, redes de intercambio y *software* libre, organizaciones no gubernamentales de comunicación y desarrollo, centros de educación popular, asociaciones culturales y medios alternativos que hoy constituyen un potencial, sin duda inigualable, en la constitución de un polo de organización del tercer sector y una economía social de la comunicación alternativa.

La extensión de redes telemáticas, grupos autónomos de intervención y proyectos comunitarios a partir del lenguaje de los vínculos debe por tanto ser la base de cooperación productiva para construir comunicación local democrática, multiplicando y difundiendo tres formas estratégicas de la comunicación alternativa:

- La reflexividad colectiva y liberadora sobre las prácticas de comunicación.
- La cultura dialógica de construcción del consenso.
- El reconocimiento de la multiplicidad y la diferencia.

La política de redes de pensamiento e intervención social en la comunicación debe, en este sentido, constituir otra forma de hacer cultura, otra forma de organizar la comunicación:

- Articulando dinámicas de consenso e integración de los diferentes actores sociales en la discusión del modelo organizativo de la comunicación pública.
- Garantizando la cobertura y acceso de todos los usuarios.
- Observando el principio de igualdad en la participación pública del sistema cultural organizado por las industrias de la comunicación.
- Facilitando la multiplicidad de emisores y el pluralismo real en la estructura de la información.
- Y promoviendo el uso creativo y crítico de los medios, a partir de una pedagogía de la comunicación transformadora.

Conforme a esta lógica, la defensa de la democracia en los medios debe ser entendida como el esfuerzo sostenido y abierto a la interpelación de una práctica política que amplía los espacios de confrontación de discursos, que "complica" los sistemas de acceso, que distribuye y agrupa las formas de representación y expresión cultural entre los distintos grupos sociales.

Hoy, el valor y defensa de la comunicación para el desarrollo social debe, sin duda, plantearse desde nuevos parámetros: articulando en lo posible una red pública de participación social que lidere las estrategias y objetivos de progreso de la comunicación en virtud de criterios y metodologías colectivas de participación activa en las decisiones, diseño y beneficios de tales políticas públicas por parte de la población. El valor o la idea de desarrollo en la comunicación trascenderían así las lógicas social-liberales de representación de la comunicación pública por un modelo que no sólo produce comunicación de acuerdo a necesidades de crecimiento y desarrollo sostenido, sino que además lo hace construyendo democracia, tejiendo vínculos, tendiendo puentes de diálogo entre grupos, culturas y discursos distintos. Esto es, la apuesta por la comunicación para el desarrollo debe superar la tradicional planificación centralizada de las políticas públicas por el desarrollo de organización de redes de interacción y autoorganización social capaces de ampliar significativamente las potencialidades culturales de cada grupo, colectivo y territorio mediante la movilización y coordinación de las organizaciones empeñadas en la democratización y transformación del actual orden global.

En el horizonte, los movimientos sociales, los teóricos y profesionales comprometidos con la democracia informativa y la autonomía cultural tenemos por delante el reto de realizar en la práctica una idea que bulle y zumba cada vez más fuerte en nuestros oídos, pero que, sin embargo, aún no se ha materializado en iniciativas y programas de acción significativos. Nos referimos por supuesto a la idea matriz del movimiento antiglobalización y de la filosofía crítica no realizada del trabajo cultural: *Otro mundo es posible*. Otra comunicación es posible: *Un solo mundo hecho de múltiples voces*, construido dialógicamente, trazado por la participación y la proliferación de vínculos y afectos… Un solo mundo hecho de múltiples voces, y múltiples culturas visibles y reconocidas en función de otra práctica cultural… de otra comunicación posible.

Bibliografía citada

Bolaño, C. (2000). *Industria cultural, informaçao e capitalismo*. Sao Paulo, Hucitec/Pólis.

Bolaño, C. (org.) (1999). *Globalizaçao e regionalizaçao das communicaçoes*. Sao Paulo, EDUC/UFS.

Hamelink, C. J. (1991). "La globalización y la cultura del silencio" en *Comunicación y Sociedad*, Nº 13, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.

Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona, Paidós.

Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona, Paidós.

Schmucler, H. (1997). *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires, Editorial Biblos.

Sierra, Francisco (2002). *Bases de la política audiovisual europea*. Sevilla, Mergablum.

Sierra, Francisco (2004). En Marí Sáez, Víctor (coord.) *La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*. Madrid, Editorial Popular. Reproducción autorizada por el autor.

El camino hacia adelante

Extracto de *El internet, la radio y la extensión de las redes*

Bruce Girard

El reto del siglo XXI es crear la mejor estrategia para asegurar que los beneficios del internet lleguen a los desiertos digitales, en los que el acceso económico a la tecnología no está disponible y su uso se enfrenta a una serie de retos culturales, lingüísticos y de contenido. El conocimiento para la investigación del desarrollo ha subrayado la necesidad urgente de ampliar el acceso a los recursos de la información. Expandir y mejorar la infraestructura de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) será un elemento importante en una estrategia que busque hacer *asequible* la información, pero una estrategia exitosa también debe centrarse en asegurar que la información sea *significativa* dentro de una estructura existente del conocimiento. En todo el mundo, Las emisoras de radio están tomando conciencia del papel que pueden desempeñar en esta materia.

La tecnología no es necesariamente el obstáculo

El acceso a las nuevas TIC no tiene que ser visto como *el* principal obstáculo a la participación en la sociedad de la información o a la utilización del internet para el desarrollo. No es necesario esperar hasta que el acceso al internet sea universal para aprovechar las oportunidades de desarrollo que ofrece.

No debemos subestimar lo que podemos hacer cuando combinamos una tecnología limitada con el

empeño y la imaginación (ni tampoco el nivel de imaginación y empeño que están disponibles). Las nuevas TIC son adaptables y, si dispone de herramientas y conocimientos básicos, la gente encontrará maneras de hacer que la tecnología sea útil a sus necesidades de comunicación. La adaptabilidad y la descentralización son características fundamentales que han hecho de la radio un medio duradero y eficaz porque han permitido distintos acercamientos a su utilización en términos de su alcance, interactividad y contenido, permitiéndole integrarse tan eficazmente con las redes y las prácticas de comunicación social existentes.

En vez de buscar soluciones convenientemente uniformes para todos, los proyectos de TIC de radio deberían priorizar la adaptabilidad y la descentralización y escoger, por ejemplo, soluciones tecnológicas de escala adaptable, de modo que los usuarios (tanto las estaciones de radio como los oyentes) puedan definir y refinar los grados de sofisticación e interactividad según sus necesidades, prácticas y niveles de acceso a la comunicación.

La tecnología no es una panacea

La tecnología puede cumplir un papel ambiguo en la búsqueda de objetivos como el pluralismo, la descentralización y el desarrollo democrático. Las iniciativas que se han mencionado buscan promover estas metas, pero también es fácil identificar usos de la tecnología que podrían privar a las comunidades locales de su autonomía y limitar el pluralismo. Por ejemplo, en Estados Unidos la introducción de la tecnología satelital digital, que dio lugar a las redes de radio de costo relativamente bajo, vino acompañada de una compra frenética por la cual miles de estaciones independientes fueron absorbidas por un puñado de redes empresariales y han reemplazado la programación local con la de las redes, reduciendo con ello la diversidad de la radio en el país. Lo mismo ocurre en Argentina, Brasil, Perú y otros países sudamericanos.

Hace quince años, la *radio rural* en África no era local. Era un modelo de paternalismo estatal en el que los programas eran producidos por expertos en las ciudades y transmitidos a campesinos "ignorantes" a través de frecuencias radiales del Estado. Esto ha cambiado, y la radio rural es ahora local y participativa. Sin embargo, sería una triste ironía que la introducción de tecnologías de red resulte en el surgimiento de un nuevo paternalismo comercial. De modo similar, si bien los modelos emergentes de centros comunitarios multimedia prometen el desarrollo democrático, la promesa puede corromperse fácilmente si no se implementan políticas y prácticas adecuadas, diseñadas para que estos centros respondan a las necesidades de la comunidad.

Canalizar el conocimiento para el desarrollo democrático

La introducción del ADN digital del internet está cambiando la naturaleza de la radio y esto sin duda implicará que la siguiente generación de la radio sea una nueva especie, con un sonido distinto y una manera diferente de relacionarse con su comunidad. Una variedad de proyectos a nivel mundial dan luces sobre lo que esto puede significar en los países en desarrollo, pero sólo representan los primeros pasos en la transformación de estos dos medios. Los radiodifusores tienen hoy oportunidades, pero para aprovecharlas tendrán que experimentar y desarrollar visiones que respondan a las necesidades y deseos particulares de sus comunidades. Desafortunadamente, en muchos países el marco normativo y las políticas rígidas no ofrecen un ambiente propicio para la experimentación y las visiones alternativas. Con demasiada frecuencia, los programas de acceso universal parecen estar diseñados para servir a los operadores nacionales y no a las comunidades rurales; las entidades locales no pueden conseguir la autorización para utilizar las frecuencias de radiodifusión, y no hay recursos disponibles para apoyar las iniciativas innovadoras de comunicación rural (Gómez 2004).

Se ha dicho que el internet es la ventana al mundo porque su panorama abarca una riqueza de conocimiento e información. La radio local es un espejo que refleja el conocimiento y la experiencia propios de la comunidad. La convergencia de ambos medios podría ofrecernos el camino más eficaz conocido hasta el momento para combinar la investigación y la reflexión a fin de aprovechar el conocimiento para un desarrollo democrático y sostenible.

Bibliografía citada

Gómez, Gustavo (2004). "Estudio y recomendaciones sobre radio, NTIC y desarrollo rural en América Latina". Trabajo presentado en *Seminario Latinoamericano sobre Radio, Nuevas TICs y Desarrollo Rural* Quito, 20-22 de abril.

Girard, Bruce (2003). En Girard, B. (ed.) (2003). *Secreto a Voces: Radio, NTICs e interactividad . Roma, FAO*. Roma, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Reproducción autorizada por el autor.

La gobernanza de los medios globalizados como lugar potencial de intervención de la sociedad civil

Extracto de *La democratización de los medios globalizados: un solo mundo, muchas luchas*

Seán Ó Siochrú

emas y dinámica en los medios y en la comunicación

Un punto de partida para este texto es el carácter cada vez más globalizado de los medios masivos, la comunicación y su dinámica. Pruebas de esto abundan; por ejemplo, el alcance de las empresas globales de difusión y la proporción de los medios nacionales que éstas controlan; la comercialización y diseminación mundial de contenidos homogéneos o sistemáticamente modificados; la difusión generalizada del modelo normativo de un mercado único; y, el surgimiento de un régimen normativo mundial prácticamente uniforme dictado por la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Asimismo, una campaña para reformar la comunicación no puede salir adelante si su enfoque se limita únicamente al nivel nacional. Debe, desde un inicio, considerar la problemática global y desarrollar una base global. Esto no quiere decir que la intervención de la sociedad civil debe ser exclusivamente transnacional. Lo nacional y lo local siguen siendo escenarios clave de lucha, por sus propios méritos y por lo que se puede lograr en ellos, pero

también porque los gobiernos son los guardianes de la influencia en muchas instituciones y contextos internacionales y, por ende, las actividades deben orientarse primero a persuadir a los gobiernos en su propio terreno. Inversamente, una campaña transnacional que carece de raíces y dirección local no puede salir adelante en el largo plazo. Estas raíces se pueden alimentar a través de una red de campaña, una afiliación directa, alianzas u otros medios. Pero deben estar presentes y, en última instancia, impulsar la actividad transnacional.

¿Cuáles son los temores principales en relación a los medios y la comunicación, tal como los expresan las voces de la sociedad civil de resonancia mundial?

A continuación, éstos se agrupan en cuatro ámbitos traslapados,[1] recopilados de una serie de fuentes, tales como las campañas y la literatura en las que se critican las tendencias en los medios y de la comunicación.[2] Algunos reparos no son nuevos —ya fueron planteados en los debates en la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y en otros lugares en la década de 1980—, pero muchos también son específicos del paradigma económico dominante y del surgimiento y la convergencia de las tecnologías digitales.

Se trata solamente de un primer agrupamiento y no es el resultado de un proceso riguroso. Su propósito es dar una idea de su interdependencia y sugerir por lo menos un esquema mediante el cual podrían ser agrupados de manera de poner en primer plano los riesgos que entrañan, e implícitamente, las oportunidades. Sostenemos que uno de los principales retos que enfrenta una campaña transnacional de medios es precisamente emprender un proceso riguroso y regionalmente diferenciado en el contexto de la necesidad de "enmarcar" la problemática para los fines de incidir.

Después de una descripción de estos ámbitos, presentamos algunas dinámicas y características comunes como evidencia de su interdependencia y, por lo tanto, de la necesidad de abordarlas a nivel transnacional. En otra sección, se echa una mirada altamente especulativa a un posible escenario futuro en el que se llevan al extremo — aunque éste sea improbable— los aspectos negativos de las tendencias identificadas. Terminamos con una reseña de los principales actores que probablemente participarían en evitar que tal escenario se produzca.

Cuatro ámbitos de preocupación

1. El creciente fracaso de los medios en la esfera pública

En la tradición democrática liberal reivindicada por la mayoría de las sociedades occidentales, la *esfera pública* es el ámbito en el que se practican la interacción y deliberación general acerca de la sociedad y la organización política y donde la sociedad civil descubre y ejercita su autocomprensión política y social. Abarca la prensa, la televisión, las manifestaciones públicas, el debate, las listas de correo electrónico y un sinfín de otras formas. La esencia de la esfera pública radica en que es en ella donde la gente debate abierta y transparentemente sobre la base de que se le puede *convencer por la razón*, por la racionalidad de la argumentación y no por apelaciones retóricas o por medio de la supresión o distorsión de la información. Una esfera pública distorsionada, controlada por intereses limitados, puede ofuscar y ocultar la injusticia, ahogar las voces de disenso y colocar barreras insuperables en el camino de posibles campañas. El resultado es la intensificación de las tensiones y desigualdades sociales, con todo lo que las acompaña.

La idea de la esfera pública, por lo tanto, está estrechamente vinculada a la de la sociedad civil misma. Quienes padecen dictaduras y represión apenas si pueden vislumbrar ese ideal, ya que deben concentrarse en la tarea de constituir una sociedad civil autónoma y libre del control estatal. En las democracias liberales es un ideal parcialmente logrado,

cuyos parámetros básicos y papel exhiben diversos grados de realización y reconocimiento. El concepto, por ende, debe encontrar una articulación y anclajes culturales claros y definidos para ajustarse a las estructuras más amplias de representación y participación.

En décadas recientes, las preocupaciones se han desplazado en cierta medida de la censura y control estatal al control comercial y empresarial, y a la transformación de los medios en productos. La principal dinámica subyacente es la imposición del modelo neoliberal a los medios mediante, por ejemplo:

- La liberalización de los medios masivos, uno de cuyos efectos es acelerar la concentración de la propiedad a nivel nacional y de la propiedad cruzada de los medios, como en Estados Unidos, el Reino Unido y muchos otros países europeos.
- La "mercantilización" del sector, por la cual las empresas de los medios subsumen todas las demás metas en la de la maximización de las ganancias, en la que los ingresos por concepto de publicidad desempeñan un papel creciente y en la que el subsidio de los medios de servicio público viene a considerarse como una "distorsión" de las fuerzas del mercado.
- El surgimiento de conglomerados mundiales de medios masivos que ejercen un enorme poder financiero, de comercialización e incluso político y controlan segmentos cada vez mayores de los "mercados" de los medios.
- La ausencia o supresión de una regulación internacional eficaz sobre las actividades de estos conglomerados y de los medios transfronterizos externos, tales como la televisión por satélite, que pueda regir a las entidades reguladoras nacionales.

Todo lo anterior se ajusta al modelo neoliberal común, ciego a las características de una esfera pública y para el cual el mercado es suficiente para atender las necesidades mediáticas de la sociedad. Incluso cuando la sociedad civil empieza a consolidarse en los países que salen de dictaduras feudales o modernas y donde el concepto de la esfera pública aparece en el horizonte, la libertad recién adquirida es sutilmente sustraída en las narices de una población desprevenida. Los medios globalizados impulsados por intereses comerciales están minando los modelos existentes de los medios de servicio público, sustituyendo a los medios controlados por el Estado como una opción de bajo costo políticamente inocua y, en el Sur del planeta, están barriendo o transformando la tradición de los medios de compromiso público o llenando un vacío mediático para convertirse rápidamente en una nueva norma.

Un híbrido particularmente peligroso también se evidencia en el mundo. Impulsado por la confluencia de intereses entre los políticos que buscan adquirir o retener el poder y las empresas de medios, conduce a casos gravemente preocupantes de clara colusión, conflicto de intereses y alianzas encubiertas entre sectores de la industria y líderes políticos de países tan diversos como Estados Unidos, el Reino Unido, Rusia, India, Tailandia y Venezuela. Desde puntos de partida muy diferentes, los acomodos entre el capital neoliberal y las elites políticas están potencialmente causando un enorme perjuicio a la esfera pública, puesto que en su esencia existe un empuje hacia la distorsión sistemática de la información pública en favor de intereses sectoriales específicos.

2. La propagación de una visión única del mundo: el consumismo individualista

La segunda preocupación principal se centra en el papel de los medios en la propagación de una sola visión del mundo, del capitalismo consumista y de una economía global de mercado. No sólo muchas organizaciones no gubernamentales (ONG), sino también muchos gobiernos del Sur y, por cierto, del Norte han expresado temores al respecto. No se trata de la salud política de un país *per se*, sino del papel de los medios y la comunicación en el avance de una visión del mundo —el consumismo y el

individualismo— y sus contrapartes económicas, sociales y culturales, a medida que las relaciones humanas son mediadas por el mercado.

Varios temas se entretejen en esto: uno es el papel de los medios en la formación de la identidad individual, especialmente en los jóvenes y el modo como se posicionan en relación con su entorno. Aplicado a una comunidad en conjunto, esto puede tener un impacto enorme en la identidad de la comunidad y en la disensión social. En las sociedades tradicionales, la imposición de esta visión del mundo conlleva la denigración y destrucción de las tradiciones culturales a las que, aunque nadie sostiene que son ideales, se les niega la posibilidad de evolucionar en el contexto de una continuidad cultural. Las fracturas introducidas entre los grupos sociales en esta reformación cultural, especialmente por medio de la exclusión de la mayoría de los pobres por ser irrelevantes para los medios (al no ser vendedores ni compradores), refuerzan una división profundamente arraigada y persistente. El efecto neto es que una sociedad de consumo emergente, en la práctica desplaza a una sociedad civil emergente. Y, a un nivel meta, se imponen una forma de vida y una visión del mundo fundamentalmente insostenibles.

La dinámica subyacente es conducida principalmente por las características generales de la lógica neoliberal descrita anteriormente, pero se manifiesta de maneras específicas. La fuerte entrada del capital mundial en los mercados nuevos del Sur asigna un valor especial a la publicidad, especialmente de marcas internacionales. Esto, combinado con el bajo nivel de ingresos disponibles en los países más pobres, significa que los presupuestos empresariales destinados a la publicidad son los principales financistas de los medios masivos, cuyo objeto es crear mercados y "fabricar nuevas necesidades". Los noticiarios y los temas de actualidad tienden a ser desplazados por el periodismo que promueve "estilos de vida".

Ante las presiones de empresas y gobiernos poderosos y avasallados por satélites sin normativa, muchos gobiernos ceden y firman acuerdos con las empresas globales de medios. La Organización Mundial del Comercio (OMC) presiona por eliminar las barreras para la inversión en los medios y su tratamiento como productos de consumo, sin tomar en cuenta las repercusiones culturales o sociales. Debido a su efecto irreversible, existe una preocupación real de que desaparezca todo margen de maniobra y las empresas de medios queden en libertad de moldear la cultura y la sociedad según sus imperativos.

3. El cerco al conocimiento: los derechos de autor y el dominio público

Una tercera área de preocupación es la privatización de la información y del conocimiento mismo; los beneficios de la creatividad humana mediatizados por las estrategias de maximización de ganancias de las industrias de derechos de autor y las empresas de medios masivos (Ó Siochrú y Girard 2003).

Durante las últimas décadas, los derechos de autor han sido manejados por las industrias de "derechos de autor" del cine, televisión, radio, editoriales, música y *software*. Influyen significativamente en la manera como la gente puede usar y apropiarse de la información y, en última instancia, en los medios y en el ámbito y la vitalidad del dominio público. Tienen una fuerte dimensión mundial desde el Acuerdo de la OMC sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) que, esencialmente, subyuga a los diversos tratados de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Durante las últimas dos décadas, el periodo de vigencia del monopolio de derechos de autor se ha extendido a 50 años después de la muerte del autor bajo el ADPIC y a 70 años en Estados Unidos, que marca la pauta. Más aún, el ADPIC impone una sola versión uniforme de los derechos de autor, independientemente del nivel o naturaleza del desarrollo de un país. Lo más importante de todo es que, con el ADPIC, las industrias de derechos de autor ahora controlan los instrumentos de aplicación, ejecución y sanción más poderosos que estén a disposición de una entidad ajena a las fuerzas del orden, con autoridad para imponer multas masivas a los países y sentencias de encarcelamiento a los individuos. Sin duda continuarán los intentos por extender esa normativa a los productos audiovisuales en las rondas futuras de la OMC, mientras se impone avasalladoramente a través de acuerdos bilaterales y regionales.

La era digital ofrece oportunidades para profundizar el control empresarial de la información, empezando por la Digital Millennium Copyright Act (Ley de los Derechos de Autor en el Milenio Digital) y el Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor. La distribución electrónica, la encriptación y la gestión de los derechos digitales ya están restringiendo severamente la "libre utilización de obras en algunos casos" para fines educativos y sociales en general. Y las presiones por hacer valer los derechos de autor y de marca comercial en el internet se están sintiendo en todos los niveles de usuarios.

4. La erosión de los derechos civiles en la comunicación electrónica

El cuarto y último grupo de preocupaciones está relacionado con la creciente vigilancia, censura y represión directa, ejercidas tanto por los gobiernos cuanto por el sector empresarial (Privacy International y GreenNet Educational Trust 2003, Ó Siochrú 2003).

La censura gubernamental de la información electrónica —ejercida usualmente desde los proveedores de servicios de internet (ISP por su sigla en inglés)— es muy real y se vuelve cada vez más eficaz. En algunos lugares, las ONG y los gobiernos juegan continuamente al gato y al ratón en la disputa por el control del flujo de información. En algunos países, como China, Vietnam y Túnez, se encarcela a los activistas que operan por internet.

Los niveles de vigilancia han aumentado considerablemente, tanto en lo que concierne a la capacidad tecnológica como a la voluntad política. Los marcos legales preocupantes originados en Estados Unidos desde los ataques al World Trade Center se reeditan en todo el mundo. Se están instaurando leyes y convenios nacionales e internacionales que otorgan poderes enormes a los gobiernos y a entidades encubiertas encargadas de vigilar, sin rendir cuentas, toda la gama de instrumentos de comunicación, pero especialmente la comunicación digital. ECHELON, Carnivore, Terrorist Information Awareness, la Ley Patriótica de Estados Unidos y el Convenio sobre Delincuencia Cibernética del Consejo de Europa podrían ser sólo la primera ola, cuyas repercusiones se sienten en todo el mundo. El hecho de que el propósito se vaya extendiendo gradualmente a otras metas, es de gran preocupación en el contexto de la colaboración internacional intensificada, retención de datos, vigilancia y monitoreo de los entornos en línea para combatir los "delitos cibernéticos" y el "terrorismo".

La censura empresarial es más insidiosa, ya que puede ser más difícil de identificar y combatir. Las ISP y los proveedores de banda ancha, optan más bien por la "autocensura" basándose en realidad en prioridades comerciales, pero con repercusiones en una variedad de actores.

Características subyacentes y comunes

¿Se pueden dilucidar características comunes en esta paleta multidimensional de preocupaciones? Más específicamente, ¿es posible identificar dinámicas o interrelaciones que sugieran que estos ámbitos pueden constituir colectivamente un objetivo coherente para una campaña transnacional?

Sin duda, una dinámica subyacente común se puede discernir fácilmente en algunas. El modelo neoliberal de capitalismo sin regulación, los mercados abiertos y la propiedad privada están detrás de los primeros tres ámbitos. Con un poder político y económico enorme, imprime por la fuerza su lógica sobre cualquier barrera que encuentre: la resisten-

cia a la destrucción de la (naciente) esfera pública, los intentos de proteger la diversidad cultural o los esfuerzos por extender óptimamente los frutos de la creatividad humana para un mayor bienestar social. La necesidad de maximizar las ganancias y crear las condiciones ideales para hacerlo, pretende hacer a un lado estos obstáculos y transformar el mundo a su imagen y semejanza, y adecuarlo a sus necesidades.

La cuarta área es algo distinta. La erosión de los derechos civiles y humanos en la comunicación electrónica no obedece principalmente a la ganancia comercial (aunque sí indirectamente), sino a fuerzas geopolíticas más amplias. En parte está asociada a la represión "tradicional" que el Estado practica contra su propio pueblo, como en China, Túnez, Vietnam y otros lugares. Pero la tendencia creciente no es sólo nacional sino internacional y está impulsada por Estados Unidos y sus aliados en aras, alegan, de la "seguridad" nacional y mundial. Estos últimos trabajan estrechamente con el régimen empresarial neoliberal para crear un entorno positivo a nivel mundial y asegurar que éste se beneficie del botín de guerra. Pero la motivación y la dinámica se extienden más allá de las necesidades empresariales e incluso pueden entrar en contradicción con ellas.

Sin embargo, la identificación de una dinámica común detrás de estos ámbitos no implica necesariamente que ésta sea un tema apropiado para una campaña transnacional. El paradigma neoliberal dominante del capitalismo contemporáneo también es responsable de la destrucción ambiental, de la creciente inequidad global y así sucesivamente. Aunque una gran coalición podría surgir con el tiempo para oponerse a esta lógica, sólo lo hará si en cada área se logra articular y movilizar una oposición y otras alternativas.

Una segunda fuente de coherencia, desde la perspectiva de una campaña transnacional, podría ser el hecho de que los cuatro ámbitos están —respecto de los actores y las dinámicas subsectoriales—estrechamente interrelacionados y son interdependientes. Un alto nivel de evidente interconexión podría conducir a quienes se movilizan en torno a un solo aspecto a cuestionar lo que sucede en otras áreas conexas; la preocupación por una tiene el potencial de conducir a una preocupación por otra, y así sucesivamente. Esto, a su vez, podría contribuir a articular una coherencia entre los ámbitos, si de incidir en el cambio se trata. En otras palabras, esta interconexión supone que, por un lado, es imposible abordar cada ámbito aisladamente y, por el otro, que es posible valerse de la pujanza en un ámbito para ganar terreno en otro.

Efectivamente, existe un alto grado de interrelación de actores y dependencias, y quizá no es de sorprender.

En cuanto a los actores empresariales, los conglomerados mundiales de los medios tienen una fuerte presencia, especialmente en los primeros tres ámbitos. Las mismas empresas de medios masivos que pretenden minar los medios de servicio público y mercantilizar el "mercado de los medios" también se ocupan de despejar el terreno cultural e ideológico para un consumismo global dirigido por el mercado. Lo ven como las dos caras de una misma moneda: deshacerse de la "competencia desleal" de los subsidios para los medios públicos y de las "restricciones del mercado" de carácter normativo y, a la vez, desarrollar un mercado para sí mismas mediante la promoción del capitalismo consumista entre las clases medias. Lo primero tiene una relevancia adicional en el Norte, mientras que lo segundo ocupa un primer plano en el Sur.

Las empresas de medios masivos también tienen enorme participación e influencia en materia de derechos de autor, pero no son las únicas. Las "industrias de derechos de autor" abarcan la televisión, el cine y vídeo, la radio y los periódicos, pero también incluyen la música, las editoriales académicas y el *software*. Entre todas, son las principales promotoras de la continua expansión, a lo largo y ancho, de esos derechos y de la creación del actual régimen

mundial de aplicación y sanción. El último grupo se ocupa particularmente del paso a lo digital, y promueve la encriptación y el acceso contractual a la información —formas restrictivas de gestión de los derechos digitales— y la erosión de la "libre utilización de obras en algunos casos". Las grandes empresas mundiales tienen fuertes intereses e influencia en muchas de estas áreas, y detrás de todas ellas hay un puñado de gobiernos poderosos que han apoyado implacablemente los intereses de las industrias de derechos de autor en los foros mundiales.

El espacio electrónico es, efectivamente, excepcional, pero existen fuertes vínculos. Los ISP, los proveedores minoristas de internet de banda ancha (que en la práctica operan un oligopolio mundial) y los motores de búsqueda constituyen los intermediarios cruciales entre las restricciones gubernamentales y los usuarios del espacio electrónico. Muchos de éstos, como American Online (AOL), están asociados a las mismas empresas de medios, y aumenta su tendencia a practicar la autocensura y lucrar de la vigilancia comercial y de la recopilación de información. No obstante, los gobiernos siguen siendo los principales actores en este aspecto.

A nivel de la gobernanza internacional, que se examina con mayor profundidad más adelante, también hay vínculos claros. El eje de muchas de las preocupaciones clave es la OMC, el principal actor mundial que impone una misma lógica de mercado para todos. Ejerce el papel principal en cuanto a los derechos de autor y la industria editorial convencional, define el régimen internacional en telecomunicaciones e ISP y podría desempeñar una función importante en materia de medios audiovisuales. Hay otros, pero el papel de la OMC es tan prominente que la sitúa como blanco de una campaña para incidir en los tres primeros ámbitos.

Así, hay interdependencias entre los actores. En primer lugar, está el número relativamente pequeño de gobiernos que promueven los intereses de sus industrias de medios y de derechos de autor, y unos cuantos que propugnan estrategias geopolíticas de dominación económica y militar mundial. En segundo lugar, están las referidas industrias, que se han extendido a toda una gama de sectores después de años de megafusiones y adquisiciones, así como sus diversas asociaciones, que les permiten coordinar su considerable poder para influir en la política mundial. En tercer lugar, está un pequeño número de organizaciones intergubernamentales —principalmente la OMC aunque no únicamente— que estos actores utilizan y con las que coluden activamente para propagar su visión del mundo y su régimen de comunicaciones.

Esto justifica en parte nuestra afirmación sobre la dificultad de abordar muchos de los temas aisladamente. Por ejemplo, el régimen de derechos de autor se ha venido moviendo en una sola dirección en las últimas décadas: hacia el fortalecimiento de los derechos de los propietarios. Cualquier intento por cambiarla —sea revertir la erosión de la "libre utilización de obras en algunos casos", reducir el periodo de vigencia de los derechos de autor, introducir mayor flexibilidad o cuestionar el régimen de aplicación y sanción— probablemente encontrará una oposición absoluta de todos los interesados, tanto empresariales como gubernamentales. Es probable que cualquier incumplimiento en el ámbito de los derechos de autor se tome como un ataque al sistema en su conjunto y a su lógica, por lo cual enfrentaría una oposición concertada. Más aún, para estos intereses los derechos de autor son sólo una parte del régimen global de los derechos de propiedad intelectual, una piedra angular para mantener la dominación empresarial global. El mismo argumento podría plantearse respecto de los intentos por normar los medios masivos a nivel mundial: se encontrarían con la oposición de todos los actores.

Por ende, *prima facie* se puede argumentar que las preocupaciones arriba esbozadas acerca de los medios y la comunicación están vinculadas tanto a los temas como a la dinámica, y a través de un grupo relativamente pequeño de actores transnacionales

que interactúan estrechamente en favor de agendas internacionales que se traslapan. Tal argumentación se ofrece tentativamente como fundamento de por qué estos cuatro ámbitos (o alguna variación de ellos) pueden considerarse *estratégicamente* como un todo para fines de una red o campaña de incidencia internacional.

El contexto internacional de políticas y gobernanza

Un examen más profundo del contexto de gobernanza internacional podría dar forma a nuestra consideración posterior de cómo una campaña transnacional lidiaría, en la práctica, con esta problemática. Un pequeño conjunto de instituciones de gobernanza son los escenarios clave donde se debaten estos temas y en los que podría funcionar una campaña de este tipo (Ó Siochrú y otros 2002).

Como mencionamos anteriormente, no subestimamos la importancia que por derecho propio tienen los escenarios nacionales y por ser mediadores esenciales entre la sociedad civil y el cambio internacional. Sin embargo, las actividades de los gobiernos nacionales están cada vez más influenciadas por entidades internacionales y sometidas a ellas.

La OMC es la principal entre las instituciones que definen la gobernanza de los medios masivos y la comunicación —quién lo hubiera dicho hace veinte años. Actualmente, abarca áreas clave de los sistemas de comunicación y está preparada para extender su dominio aún más lejos.

Primero están los derechos de autor. La OMC, especialmente por iniciativa de Estados Unidos, se los arrebató a la OMPI con el ADPIC de 1995. El conjunto de acuerdos internacionales que se incorporaron en la OMPI cuando se formó en 1970, y los Convenios de Berna y París, que se remontan a casi 120 años, integran la línea de base sobre la cual se asienta el ADPIC, y en varias direcciones. Este Acuerdo prácticamente elimina la flexibilidad de los regímenes de derechos de propiedad intelectual (DPI) que hasta entonces se habían reconocido como un componente necesario para el desarrollo. Bajo el ADPIC se reduce enormemente la flexibilidad para adecuar los DPI a los requisitos nacionales.[3] La duración y alcance de los derechos de autor se han fijado en un nivel muy alto en comparación con las normas anteriores y vigentes aún en la mayoría de los países, donde se establece 50 años después del fallecimiento del autor. Las industrias de derechos de autor incluyen a las más grandes empresas de medios del mundo y la OMC apoya y hace cumplir esos derechos en los países signatarios del ADPIC.

En segundo lugar, según la Ronda de Uruguay y el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS por su sigla en inglés), el apoyo de los gobiernos a revistas, periódicos u otros servicios no audiovisuales se consideraba discriminatorio, so pena de severas sanciones financieras o comerciales. Esto quedó confirmado en el panel de disputas de la OMC a propósito de un famoso caso de Estados Unidos contra Canadá, a mediados de la década de 1990, sobre revistas "de distribución equitativa". Implícitamente, el panel dictaminó que algunas empresas de medios se dedican menos al negocio de vender productos a las audiencias que a vender las audiencias a los anunciantes. En la Ronda de Uruguay se intentó establecer normas similares para cine, vídeo, televisión y productos audiovisuales, pero esto fracasó debido a la oposición europea, entre otras. Pero se ha vuelto a negociar en la Ronda de Doha y así seguirá siendo pese al colapso en Cancún.

Tercero, en las telecomunicaciones —desde el desplazamiento de proveedores nacionales monopolistas a proveedores internacionales liberalizados— el sector está gobernado por el paradigma comercial de la OMC. Un área de interés en este campo son las políticas de servicio universales, mediante las cuales los gobiernos pueden obligar a los grandes usuarios comerciales y las zonas urbanas a una sub-

vención cruzada en favor de los usuarios domésticos pequeños y las zonas rurales. El acuerdo de la OMC lo permite sólo si no interfiere excesivamente con la competitividad; una fórmula vaga que queda por probarse. El desplazamiento hacia el comercio también está llevando a una redundancia del sistema de tasas contables de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y a una pérdida neta de utilidades para algunos de los países más pobres (Ó Siochrú 1997).

Pero lo singular de la OMC, y que la hace tan atractiva para los países poderosos, es *cómo* gobierna. Al usurpar estas actividades de otros organismos e incorporarlas a sus diversos acuerdos, las somete a un nuevo tipo de gobernanza. La OMC tiene a su disposición algunos de los poderes de aplicar y sancionar más fuertes que jamás hayan cedido los gobiernos a una entidad intergubernamental, y los utiliza extensamente en los derechos de autor, el comercio de medios y las telecomunicaciones. Más aún, suscribirse a la OMC tiene un efecto irreversible; en la práctica, es imposible dar marcha atrás en los acuerdos, incluso cuando sus consecuencias se hacen evidentes, aun si cambian las circunstancias o si las promesas de mutuo beneficio no se llegan a cumplir. La estructura contractual de los acuerdos de la OMC también fomenta la coerción y las presiones bilaterales, una fuente de quejas constantes de los gobiernos del Sur.

Por supuesto que las demás organizaciones no se han quedado desprovistas de influencia. Por ejemplo, aunque la OMPI ha sido marginada por la OMC, su Tratado de Propiedad Intelectual entró en vigencia en 2002. Diseñado para llevar los derechos de autor a la era de las redes digitales, abarca áreas como proscribir los esfuerzos por eludir la encriptación de material sujeto a ellos.[4] Sin embargo, a muchos les preocupa que al extender los derechos de autor a la era digital, en la práctica se afecta la "libre utilización de obras en algunos casos", que permite el uso público limitado de materiales sujetos a derechos de autor antes de su vencimiento.[5] La OMPI tiene además diversas competencias en relación con los nombres de dominio de internet, incluido el arbitraje en controversias respecto de la propiedad.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones también sigue siendo responsable de varias áreas limitadas, pero importantes. Es el foro donde los gobiernos acuerdan la asignación del espectro radial terrestre y satelital transfronterizo para los sistemas telefónicos (móviles y fijos), de información, televisión, radio y otros. El uso del espectro se coordina para evitar la interferencia y el "desbordamiento" de las fronteras, y se asignan segmentos del espectro para usos y usuarios diferentes. Puesto que se considera que es un recurso público escaso,[6] su asignación a los usuarios es un tema importante y contencioso internacionalmente. La UIT asimismo reparte las órbitas satelitales, entre ellas la valiosa y escasa órbita geoestacionaria. Otra función es la estandarización de las redes y equipos de telecomunicaciones, incluidos los protocolos, que también puede ser altamente contenciosa ya que está vinculada a las luchas por el control del mercado.[7] La UIT también se ocupa de extender las telecomunicaciones a los países menos industrializados, pero dispone de recursos muy limitados para hacerlo. Por último, vale la pena señalar que la UIT es el principal organismo de la ONU en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), celebrada en Ginebra en diciembre de 2003 y en Túnez en 2005.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), por otro lado, tiene responsabilidades más "suaves", pero que se extienden a varias áreas de interés social. Es menos importante por sus poderes formales y sus capacidades de aplicación y sanción que como foro para la cooperación voluntaria sobre temas (generalmente no contenciosos pero necesarios) de interés mutuo y de amplio alcance. En sus primeras décadas, la UNESCO fue instrumental en muchos convenios, declaraciones y congresos. Supervisó los acuerdos en torno a temas como el intercambio de contenido audiovisual para uso educativo, la trans-

misión satelital directa transfronteriza y las exoneraciones de derechos de autor para fines de desarrollo. A fines de la década de 1970 hasta mediados de la década de 1980, ocupó el primer plano como foro para el debate global sobre temas de comunicación; por ejemplo, el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC).[8] Sin embargo, al hacerlo, quedó bastante mal parada, ya que la política de la Guerra Fría y las posiciones inamovibles de algunas de las grandes potencias con el tiempo llevaron a la derrota de las voces que reclamaban flujos y estructuras de medios más abiertos y democráticos. La UNESCO nunca se ha recuperado completamente como para facilitar un debate vibrante y diverso; más aún, Estados Unidos anunció recién en 2001 su intención de reincorporarse al organismo después de marcharse a mediados de la década de 1980.

En 1995, la Comisión Mundial sobre Cultura y Desarrollo patrocinada por la UNESCO presentó algunas propuestas trascendentes respecto de los medios, tal como la idea de cobrar un impuesto por el uso del espectro y utilizar los fondos para producir programas no comerciales de distribución internacional, y también cuestionó la creciente concentración de la propiedad de los medios. Sin embargo, es probablemente ilustrativo de las restricciones más amplias de la UNESCO el hecho de que estas propuestas no se ratificaron y ni siquiera se debatieron en la reunión intergubernamental de seguimiento en 1998. Aunque continúa apoyando las iniciativas progresistas respecto de los medios y patrocinando el debate a niveles menores, las negociaciones durante la reincorporación de Estados Unidos posiblemente impedirán que la UNESCO se convierta, en un futuro previsible, en un foro importante para el debate abierto o para opiniones divergentes.

Un recién llegado es la ICANN, el acrónimo en inglés de Internet Corporation of Assigned Names and Numbers (Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números). Fundada en 1998, se dedica principalmente a administrar el proceso de asignación de nombres y números de internet, un tema que ha cobrado gradualmente enorme relevancia comercial y legal. En un inicio la ICANN se vio a sí misma como una entidad principalmente técnica, pero su administración de las direcciones de ISP y de Domain Name Service (DNS), que en fin de cuentas controla las rutas del tráfico en internet, la trasladó rápidamente a ámbitos económicos, políticos, sociales e incluso culturales. Es interesante, no sólo por lo que hace, sino por cómo lo hace. Está constituida como una empresa sin fines de lucro del sector privado bajo las leyes de California, y diseñada para permitir que el Departamento de Comercio de Estados Unidos mantenga el control definitivo del DNS (como lo sigue haciendo). Esto la coloca en el sector no gubernamental, pero su gobernanza todavía está en transición y aún no ha adquirido estabilidad. Su membresía en general (es decir, los usuarios de internet que se inscribieron para el proceso) tenía originalmente la oportunidad de elegir a varios directores y los demás provenían de la junta inicial y de entre los nominados por las organizaciones asociadas. Pero esto se abandonó sin miramientos y los miembros fueron reducidos a la condición de algo así como asesores.

Otras organizaciones menos conocidas también se ocupan de internet.[9] El IETF, la sigla en inglés de Internet Engineering Task Force (Grupo de Trabajo en Ingeniería de Internet), por ejemplo, suena sumamente técnico, pero su trabajo en la definición del nuevo protocolo de internet (llamado IPV6) podría tener consecuencias importantes de largo plazo en cuanto, por ejemplo, a la vigilancia y comercialización del internet.

Las instituciones regionales también son importantes. La Unión Europea, por ejemplo, tiene sus Directivas Televisión Sin Fronteras y Bases de Datos; el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) abarca acuerdos culturales; y, el Consejo de Europa supervisó en 2001 el Tratado sobre Delincuencia Cibernética. Todas estas instituciones ejercen una gran influencia en los medios masivos y en la comunicación. Fuera de su impacto por derecho propio, los acuerdos regionales (y, por cierto, las leyes nacionales en países poderosos como Estados Unidos) son a menudo campos de batalla iniciales sobre asuntos que luego ascienden a las estructuras mundiales de gobernanza. Otras organizaciones intergubernamentales, como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y el Grupo de los Ocho (G8), también son foros importantes de cooperación entre gobiernos (en estos casos, de los países más prósperos) para coordinar e implementar políticas comunes y proporcionar el respaldo ideológico y la investigación para su visiones compartidas del mundo.

Pero la gobernanza no tiene lugar únicamente en las organizaciones intergubernamentales. Las empresas, por ejemplo, están muy interesadas en una normativa de los medios masivos y de las comunicaciones, y cabildean activamente en favor de diversas formas de autogobernanza a través de distintas asociaciones y asambleas. También existen otras formas de lo que serían actividades de autogobernanza no reconocidas; por ejemplo, muchos casos de censura internacional de contenidos de internet ejercida por proveedores centrales de banda ancha (las principales conexiones troncales de internet) y por ISP mundiales.

Éste ha sido un vistazo a algunos de los actores en la gobernanza mundial y sus áreas de influencia. Revela la dinámica muy coherente que está detrás de gran parte de las tendencias en los últimos años, la de la interpretación neoliberal del capitalismo. Con Estados Unidos como promotor, pero también con el apoyo de la Unión Europea y otros países, las estructuras de gobernanza han sido transformadas para satisfacer sus necesidades. En los medios y la comunicación, las metas son claras: su comercialización mediante la eliminación de los monopolios gubernamentales, la propiedad gubernamental y las "distorsiones" del mercado diseñadas para lograr objetivos culturales u otras metas sociales; la eliminación de todas las barreras de ingreso a los mercados (salvo cuando conviene a los intereses dominantes); y, la anexión a perpetuidad del conocimiento colectivo de la sociedad a la propiedad privada. La migración a la digitalización y el crecimiento del internet son considerados una oportunidad para imponer estas metas en el espacio electrónico, a la vez que abren nuevas oportunidades para las ambiciones de dominación militar y política de Estados Unidos.

El futuro: una mirada al borde del abismo

Terminamos con una mirada especulativa hacia el futuro, o al menos hacia un posible futuro. ¿Qué pasaría si las tendencias esbozadas en este trabajo continúan sin restricción alguna por un período prolongado?

El eje principal de tal escenario sería que la lógica comercial y de liberalización habría permeado prácticamente toda la esfera de los medios y la comunicación, nacional e internacionalmente, en gran medida a expensas de las dimensiones sociales, culturales y políticas de dicha esfera. La industria multinacional dominaría, habiendo sido el sistema de las Naciones Unidas gradualmente desplazado por una OMC cada vez más poderosa y por clubes exclusivos de gobiernos poderosos y sus aliados en el sector privado. Todo ello conduce al vaciamiento de la esfera pública, a una contracción del dominio público, al debilitamiento severo de los derechos humanos en el dominio digital y a una extensión de la esfera privada y los derechos económicos de quienes cuentan con los recursos para ejercerlos.

A nivel macro, esto exigiría la resolución de las luchas actuales respecto de, por ejemplo, la OMC y las instituciones de Bretton Woods en favor del planteamiento neoliberal, con poco cambio estructural y las necesidades emergentes de gobernanza resueltas de conformidad al statu quo regido por el mercado.

Para el sector de los medios masivos y de la comunicación, las condiciones estructurales y la normativa en este escenario incluirían:

- El comercio mundial irrestricto de productos culturales y mediáticos, sin ninguna protección frente a las consecuencias culturales, sociales o ambientales.
- Un régimen de propiedad intelectual universal con plenos poderes de aplicación y sanción, que asfixia la creatividad y la diversidad, y rinde ganancias enormes a los propietarios empresariales.
- La virtual eliminación en las telecomunicaciones de los instrumentos de servicio universales que pudieran interferir con la competencia y el funcionamiento del mercado.
- La comercialización intensificada y una regulación más flexible de la radio, televisión y otros medios masivos, mientras que los de servicio público se ven obligados a competir en el mercado.
- La comercialización del espectro a nivel terrestre y en el espacio, vendido al mejor postor.
- La extensión gradual de la autorregulación de la industria en los subsectores de los medios emergentes.

Si estas tendencias avanzaran inexorablemente, otros sectores interesados en el mundo enfrentarían opciones sombrías. El sistema de la ONU se vería obligado a escoger entre adecuarse al nuevo orden mundial o, correr el riesgo de volverse secundario, funcionar con escasez de dinero y sin la capacidad interna para idear y hacer valer una agenda alternativa de desarrollo o de derechos humanos.

Asimismo, los países menos desarrollados probablemente se dividirían entre una minoría opositora y por tanto excluida del proceso de globalización, o quizá sometida al rigor de todo lo que ha suscrito anteriormente, y una mayoría que considera que no tiene más opción que unirse. Algunos de los más grandes intentarían, y algunos quizá lograrían, afianzarse permanente y lucrativamente en la industria, pero pagando el mismo precio que todos.

La sociedad civil, dándose cuenta demasiado tarde de los peligros como para montar una oposición eficaz, se encontraría más o menos excluida de todo este dominio, mirando pasar el circo mediático mundial.

Las consecuencias a mediano plazo de esta situación hipotética podrían ser:

- El crecimiento en número de fuentes y canales de medios disponibles, especialmente el de fuentes internacionales por medio de transmisiones directas vía satélite y otros medios.
- Reducción de la diversidad y baja de calidad de contenido de la programación.
- Mayor concentración y centralización de la propiedad de los medios y de las agendas de contenidos.
- Desaparición de los medios de servicio público o su marginación a ser proveedores para nichos específicos del mercado.
- Eliminación de las medidas de apoyo a los medios locales, comunitarios y populares con el argumento de la sostenibilidad según el mercado.
- La información de dominio público se contrae; mientras las partes lucrativas maximizan sus ganancias; los derechos de autor son cada vez más restrictivos; y, la administración de los derechos digitales impide incluso el derecho a la "libre utilización de obras en algunos casos".
- La infraestructura y los servicios nuevos de telecomunicaciones crecen, pero están limitados principalmente a los mercados urbanos y comerciales, lo cual conduce a disparidades e inequidades cada vez mayores.

Llevados a su (improbable) desenlace extremo, en pocas décadas los medios masivos y la comunicación se verían despojados de toda voz de disenso y crítica; toda una generación habría crecido sin conocer otra cosa, no sólo incapaz de una acción política autónoma, sino ignorante del concepto y la práctica; la brecha entre quienes tienen acceso a los medios y quienes no la tienen acentuaría las ya enormes inequidades económicas; la información y el contenido de los medios estarían casi exclusivamente en manos de las empresas gigantes, que controlarían la creatividad y diversidad con las riendas cortas de la maximización de las ganancias. Más insidiosamente, el proceso, de manera lenta pero segura, transformaría el manantial mismo de las ideas y las capacidades creativas de la gente, produciendo en última instancia un ciclo que se perpetúa a sí mismo y sofoca la diversidad auténtica, purgado de todo disenso e inconformidad.

El círculo se ha cerrado. El final retroalimenta el punto de inicio. Un patrón constante y coherente de dominación lanza a los medios a una espiral descendente hacia una nueva Era Oscurantista de la Información.

Conclusión: una coalición para el cambio

El argumento del presente trabajo es que los problemas descritos anteriormente referentes a los medios y a la comunicación son difíciles, si no imposibles, de abordar individualmente por medio de campañas de estrechas miras nacionales o incluso internacionales. Se necesita algo más amplio que pueda abarcar una extensa gama de temas diversos, pero interconectados, y sea capaz de elevarlos a un plano internacional y mundial.

Consideramos que este elemento adicional es una red transnacional dedicada a una campaña de defensa de los medios y de la comunicación.

¿Dónde encontrará sus adeptos una campaña de esta naturaleza? ¿Qué grupos y organizaciones estarían dispuestos a participar? Hay trabajos sobre el tema que ofrecen un punto de partida excelente (Hackett 2000). Para nuestros propósitos, distinguiremos entre tres conjuntos de actores posibles:

El primero probablemente estaría en la vanguardia de dicha campaña transnacional e incluiría a quienes ya se ocupan directamente de uno o más aspectos de los medios desde una perspectiva progresista. Entre ellos se encuentran: varias asociaciones internacionales de medios comunitarios y redes electrónicas, campañas y redes internacionales, ONG nacionales e internacionales de defensa de aspectos relativos a los derechos humanos (derechos de internet y derechos de comunicación), asociaciones profesionales internacionales, sindicatos y organizaciones de trabajadores internacionales, grupos de acción directa y "hactivistas", medios alternativos de alcance mundial y algunos movimientos sociales nacionales. Pese a sus diferencias evidentes de análisis y propuestas específicas respecto de los medios y de la comunicación, su interés general en los derechos y su rechazo a los Estados totalitarios y la dominación empresarial irrestricta, sugeriría que, en principio, una alianza sería posible. Grupos como éstos ya están formando coaliciones.

Un segundo grupo abarca a los actores "no centrales", en el sentido de que su horizonte está actualmente limitado al plano nacional o que, aunque tienen un enfoque transnacional, su interés en los medios y en la comunicación es secundario o constituye sólo una parte pequeña de su agenda principal. Este grupo incluiría al mismo *tipo* de entidades que las identificadas en el párrafo anterior, pero con un enfoque principal en los grandes temas, tales como los derechos de propiedad intelectual en general, el desarrollo sostenible, los pueblos indígenas, los temas de la mujer, y así sucesivamente. Para que una campaña transnacional surta efecto, tiene que contar con el apoyo de estas entidades.

Un tercer conjunto podría ser considerado como el de las organizaciones que disponen de recursos, dispuestas a proporcionar distintas formas de respaldo a un movimiento como éste: algunas fundaciones, organismos donantes, entidades intergubernamentales y otras cuyo interés general por el desarrollo social podría convertirse, con el surgimiento de una red transnacional, en un interés específico en el ámbito de los medios.

A través de la cooperación de estos tres grupos, que se extienda gradualmente desde el grupo central, se podría constituir la base de una campaña transnacional eficaz.

Notas

1 Se podría incluir un quinto ámbito, aunque podría llevar el razonamiento un poco al límite. Se trata del tema del acceso económico a las tecnologías de información y comunicación (TIC) y la capacidad de usarlas eficazmente. A esto se denomina ocasionalmente la "brecha" o la "división digital", aunque el término se derivó de una interpretación centrada específicamente en el suministro de infraestructura. Un argumento sucinto se presenta en CRIS (2004). Una campaña transnacional deberá considerar si incluir esta y, en realidad, otras áreas.

2 Incluyen la Campaña CRIS, *Voices 21* y otras.

3 «Los Convenios de París y Berna [...] permitían bastante flexibilidad en el diseño de regímenes de PI. Con el advenimiento del ADPIC se ha eliminado gran parte de esa flexibilidad. Los países ya no pueden seguir el camino adoptado por Suiza, Corea o Taiwán en su propio desarrollo» (U. K. Commission on IPRs 2002).

4 En diciembre de 1996, después de la Conferencia Diplomática de la OMPI, se adoptó un nuevo tratado: CRNR/DC/94—Tratado sobre Derechos de Autor de la OMPI. Fue ratificado por suficientes países en 1992 como para entrar en vigor.

5 La Comisión del Reino Unido sobre los Derechos de Propiedad Intelectual concluye que: «Una preocupación importante es que los países en desarrollo van a verse presionados, por ejemplo en el contexto de acuerdos bilaterales con países desarrollados, a aceptar el Tratado de Derechos de Autor de la OMPI, o incluso a adoptar las prohibiciones más estrictas contra la elusión de los sistemas de protección tecnológicos, con lo cual se reduciría eficazmente el ámbito tradicional de la "libre utilización" en los medios digitales». (U. K. Commission on IPRs 2002).

6 Se podría alegar que las tecnologías de "banda ancha" están minimizando enormemente el argumento de escasez, lo cual podría tener repercusiones graves para la gobernanza del espectro en el futuro. Estas tecnologías pueden utilizar con mucha más eficiencia los anchos de banda otorgados.

7 El estándar móvil recientemente abierto, IEEE 802.11b en 2.4 GHz, denominado WiFi —utilizado ahora por ONG y comunidades para construir redes de área amplia autónomas— es un buen ejemplo de un estándar que presenta un potencial ilimitado (aunque fue desarrollado por el Instituto de Ingenieros en Electricidad y Electrónica (IEEE).

8 Hay muchas publicaciones sobre el tema. Para una reseña retrospectiva, véase Vincent y otros (1999).

9 El IAB, por las siglas en inglés de Internet Architecture Board (Consejo de Arquitectura de Internet) supervisa el desarrollo técnico y formó la ISOC (Internet Society / Sociedad de Internet), una organización de profesionales dedicada a la coordinación. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en virtud de un acuerdo con ICANN, es una entidad clave en la resolución de disputas en torno a nombres de dominio.

Bibliografía citada

CRIS (2004). "The Digital Divide and the Credibility Gap" en *Issue paper*, Nº 9. Universal Access in Telecoms.

Hackett, Robert (2000). "Taking Back the Media: Notes on the Potential for a Communicative Democracy Movement" en *Studies in Political Economy*, 63. Carleton University.

Ó Siochrú, Seán (1997). "The ITU, the WTO and Accounting Rates: Limited Prospects for the South?" en *Javnost: The Public, Special Edition*, Vol. IV, Nº 4. Slovenia, European Institute for Communication and Culture.

Ó Siochrú, Seán (2003). *Global Governance of ICTs: Implications for Global Civil Society*. New York, Social Science Research Council (SSRC).

Ó Siochrú, Seán; Girard, Bruce y Mahan, Amy (2002). *Global Media Governance: A Beginner's Guide*. Boulder, Colorado, Rowman & Littlefield.

Ó Siochrú, Seán y Girard, Bruce (2003). "Information Wants to be Free". ITU Visions Paper. Geneva, International Telecommunication Union.

Privacy International y Greennet Educational Trust (2003). "Silences: An International Report on Censorship and Control of the Internet", London, September.

U. K. Commission on Intellectual Property Rights (2002). *Integrating Intellectual Property Rights and Development Policy*. London, Government of the United Kingdom.

Vincent, Richard; Nordenstreng, Kaarle y Traber, Michael (1999). *Towards Equity in Global Communication: MacBride Update*. New Jersey, Hampton Press.

Ó Siochrú, Seán (2005). "Global Media Governance as a Potential Site of Civil Society Intervention" en Hackett, Robert A. y Zhao, Yuezhi (eds.) *Democratising Global Media: One World, Many Struggles*. Boulder, Colorado, Rowman & Littlefield. Reproducción autorizada por el titular de los derechos de autor.

Acerca de los autores

Robert A. Agunga es profesor asociado en el Departamento de Estudios Afroamericanos y Africanos de The Ohio State University (Estados Unidos). Sus áreas de investigación incluyen la comunicación estratégica para el desarrollo; el cambio y la transformación social; fortalecimiento institucional y de capacidades; la comunicación y el empoderamiento; y, los medios nuevos y el aprendizaje a distancia.

Collins Airhihenbuwa es profesor en el Departamento de Salud Bioconductual en la Facultad de Salud y Ciencias Humanas de la Pennsylvania State University (Estados Unidos). Su área de investigación abarca la salud y la cultura, y el desarrollo.

Xavier Albó, sacerdote jesuita, cofundó el Centro de Investigación y Promoción del Campesinado, CIPCA (Bolivia), donde continúa trabajando como investigador y asesor de políticas. Albó ha escrito numerosos libros y ensayos sobre la cultura rural e indígena en la región andina.

Rosa María Alfaro es educadora y comunicadora. Fundó Calandria, una organización no gubernamental peruana, donde viene trabajando desde hace 23 años. Es directora ejecutiva de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación (un observatorio de los medios) y consultora internacional. Ha enseñado por muchos años en la Universidad de Lima en el Perú. Es integrante de la red de profesionales y la red universitaria del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Arjun Appadurai es un teórico social contemporáneo especializado en antropología sociocultural, globalización y cultura pública. Actualmente se dedica a la investigación de la organización interna de los medios masivos y el estudio histórico de las políticas estatales en materia de cuantificación.

Joseph Ascroft es profesor emérito de la Universidad de Iowa (Estados Unidos) y ha trabajado en numerosas organizaciones internacionales, incluido el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en Nigeria, Turquía, Pakistán, Rumania y Suazilandia. Se especializa en las comunicaciones con campesinos en zonas remotas rurales del Tercer Mundo.

Silvia Balit, quien cofundó el programa de Comunicación de Apoyo al Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), tiene más de 30 años de experiencia en la comunicación para el desarrollo rural y el cambio social. En la FAO dirigió muchas iniciativas para fortalecer los sistemas de comunicación rural en África, Asia y América Latina con el fin de fomentar el desarrollo sostenible y el cambio social.

Alejandro Barranquero enseña en la Universidad de Málaga (España). Ha escrito numerosos ensayos sobre la comunicación y el cambio social en América Latina. Estudió periodismo y comunicación audiovisual en la Universidad de Málaga y la Universidad Complutense de Madrid. Se especializa en comunicación y gestión política, la comunicación y las artes, teoría crítica y materialismo histórico.

Luis Ramiro Beltrán, periodista y escritor boliviano, además de especialista de la comunicación, trabajó en la Organización de Estados Americanos (OEA) en Colombia y Ecuador, en el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Es

profesor visitante en varias universidades estadounidenses y autor de muchos artículos y varios libros.

Luiz Beltrão de Andrade Lima (1918-1986) fue escritor, periodista, antropólogo y especialista en comunicación brasileño. En 1961, coordinó los primeros estudios de periodismo en la Universidade Católica de Pernambuco (Brasil) y, en 1965, fundó y editó la primera revista especializada, *Comunicaçoes & Problemas*. Publicó muchas novelas y estudios sobre la comunicación y las culturas populares.

David Berlo fue jefe del departamento de artes generales de la comunicación en Michigan State University (Estados Unidos) por muchos años. Publicó su principal obra teórica, *The Process of Communication: Introduction to Theory and Practice*, en 1960. En esta obra introdujo su modelo de la naturaleza psicológica de la comunicación. El libro alcanzó distribución mundial y se ha reimpreso muchas veces.

Guy Bessette es especialista principal de programas en gestión del medio ambiente y recursos naturales del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá. Se especializa en la comunicación para el desarrollo y el desarrollo participativo. Ha publicado varios ensayos y libros sobre la comunicación para el desarrollo.

Augusto Boal comenzó su carrera como director artístico del Teatro Arena en São Paulo (Brasil) y en 1971 fue encarcelado y exiliado por el régimen militar. Entre 1972 y 1976 viajó por toda América Latina, donde planteó nuevos enfoques del teatro, tales como el "Teatro del oprimido". Regresó a Brasil en 1986 y creó la "Fábrica de Teatro Popular" que tenía por objeto hacer que el teatro fuera accesible para todos. En 1992 fue elegido concejal de Río de Janeiro, con un programa político que proponía el uso del teatro en las calles para explorar problemas sociales.

Bertolt Brecht (1898–1956) fue un dramaturgo y poeta alemán. Su brillante ingenio, su abierto marxismo y su revolucionaria experimentación con el teatro lo convirtieron en una fuerza vital y polémica del teatro moderno. Sus primeras obras son ejemplos del nihilismo expresionista y dieron lugar a disturbios en los estrenos, con lo que Brecht adquirió notoriedad inmediata. En 1926, con *Mann ist Mann* (Un hombre es un hombre), comenzó lo que él denominó su "teatro épico", en el que la narrativa, el montaje, las escenas autónomas y el argumento racional se usan para impactar al espectador.

L. David Brown es director asociado de programas internacionales del Centro Hauser para Organizaciones sin Fines de Lucro y profesor de política pública en la Escuela Kennedy de Gobierno de la Universidad de Harvard (Estados Unidos). Su trabajo está centrado en el papel de la sociedad civil en el desarrollo justo y sostenible y en problemas de gobernabilidad transnacional y solución de problemas.

Ailish Byrne, asociada principal del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, es antropóloga, profesional en el área de desarrollo social, investigadora y facilitadora de comunicación en contextos internacionales. Se especializa en comunicación participativa y evaluación, aprendizaje y salud en África, el Oriente Medio y Europa. Ha sido profesora de métodos de investigación social en la Universidad de Bristol (Reino Unido) y consultora de numerosas ONG, organismos bilaterales y organismos de las Naciones Unidas.

Sally Burch, periodista británica, es directora ejecutiva de la Agencia Latinoamericana de Información, con sede en Ecuador. Ha prestado asistencia técnica en comunicación y establecimiento de redes en varias organizaciones sociales y ha publicado numerosos ensayos cortos sobre temas relacionados con los derechos en materia de comunicación y democracia.

Maria Celeste Habito Cadiz es directora del departamento de capacitación del Centro Regional Sudasiático de Estudios de Posgrado e Investigación sobre Agricultura. Fue decana del Colegio de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad de Filipinas en Los Baños. Ha dedicado su carrera a la docencia, la investigación y la práctica de la comunicación para el desarrollo. Se ha desempeñado como directora de proyectos y coordinadora de varios programas de investigación para la acción financiados por entidades nacionales e internacionales y es autora de numerosos trabajos sobre comunicación para el desarrollo.

Manuel Calvelo trabaja en América Latina desde 1945. Fue el iniciador del sistema de televisión educativa en la Universidad de Buenos Aires. Como productor y director en la Universidad de Tucumán (Argentina), se especializó en comunicación para el desarrollo. Ha dirigido talleres en América Latina y España, y ha sido asesor de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) por 23 años.

Osvaldo Capriles fue docente e investigador en la Universidad Central de Venezuela y el Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Fundó la revista *Cine al Día* y ha escrito numerosos artículos sobre políticas y teoría de la comunicación. Ha sido también asesor de comunicaciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Martha Cardozo Buitrago es economista. Como investigadora del Centro de Investigaciones para el Desarrollo de Colombia, su trabajo se centra en el área de educación y desarrollo.

Manuel Castells es profesor de investigación en la Universidad Abierta de Cataluña en Barcelona, España, y de la Escuela Annenberg de Comunicación en la Universidad del Sur de California en Los Ángeles (Estados Unidos). Es profesor emérito de sociología y de planificación urbana y regional en la Universidad de California en Berkeley. Ha dictado conferencias en más de 300 instituciones académicas en 43 países, es autor de 22 libros (y coordinador de otros 15) y de más de 100 artículos en publicaciones académicas.

Robert Chambers es investigador asociado del grupo de participación del Instituto de Estudios del Desarrollo de la Universidad de Sussex (Reino Unido), especializado en África oriental y Asia meridional. Entre sus actuales campos de interés se cuentan las metodologías participativas, el aprendizaje y el cambio institucional, y el conocimiento en el desarrollo.

Erskine Childers (1929-1996) fue director de la División de Información de la Oficina de Relaciones Externas e Información del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), con sede en Nueva York. Trabajó con casi todas las agencias de Naciones Unidas, en varios niveles y en todas las regiones, y se especializó en los problemas de coordinación, desarrollo de operaciones y comunicación.

Gustavo Cimadevilla ha sido docente en numerosas universidades latinoamericanas. Actualmente es coordinador del Grupo de Trabajo sobre Tecnología y Desarrollo de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Es autor de muchos libros, entre ellos *Dominios: Crítica de la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*.

José Cisneros Espinosa es investigador y profesor de la Universidad de las Américas (México). Es miembro del Sistema Nacional de Investiga-

ción de México y ha investigado y publicado sobre temas relacionados con la comunicación y la participación social. Ha sido consultor de comunicación pública y educativa de varias instituciones en México.

Frances Cleaver es profesora titular del Centro para el Desarrollo Internacional de la Universidad de Bradford (Reino Unido). Su trabajo se centra en tres temas interrelacionados: la gestión del agua, las instituciones y la participación en el desarrollo. Sus intereses vinculan la teoría del desarrollo con la aplicación práctica de políticas. Se ha dedicado a estos temas tanto en la investigación académica como en el trabajo de consultoría para organismos de desarrollo.

Royal Colle es profesor emérito de la Universidad de Cornell (Estados Unidos), donde fue catedrático del departamento de comunicaciones. Ha sido consultor de diversos organismos internacionales. Su trabajo se centra en el fortalecimiento de las instituciones y su relación con la comunicación, y en el uso innovador de la tecnología de la información para el desarrollo.

David J. Connell es profesor adjunto de la School of Environmental Planning, University of Northern British Columbia (Canadá). Su campo de interés es el de las comunidades voluntarias, con inclusión de la vivienda compartida, las llamadas ecoaldeas y las sociedades comunales. Connell investiga actualmente la capacidad y el potencial de los sistemas locales de alimentación, que abarcan la cultura de la alimentación, la seguridad alimentaria, los mercados de productores, el análisis de la industria y la planificación del uso de la tierra.

Eduardo Contreras-Budge es un consultor chileno que se especializa en la evaluación de tecnologías de la información y la comunicación para la formulación de estrategias, programas y proyectos de desarrollo. Desde la década de 1970 ha participado en el campo de la comunicación para el desarrollo en toda América Latina como formulador de estrategias, evaluador de proyectos y facilitador/instructor. Ha sido consultor en materia de formulación de estrategias de comunicación en salud para varios organismos internacionales.

Carlos Eduardo Cortés es investigador, productor, periodista y profesor en el campo de la comunicación social. Ha trabajado en América del Norte, Sur y Central con muchos organismos internacionales, entre ellos la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Es Director Ejecutivo de Radio Nederlands Training Centre (RNTC) en Costa Rica.

Karina Constantino David ha sido profesora de desarrollo comunitario en el Departamento de Asistencia Social de la Universidad de Filipinas desde 1975. Con tres décadas de carrera en el gobierno, ha ocupado cargos en el Comité de Redes de Organismos no Gubernamentales de Desarrollo, la Red de Mujeres de Acción para el Desarrollo y la Comisión Independiente sobre la Población y la Calidad de Vida.

James Deane es actualmente Director de Políticas del Servicio Mundial de la BBC. Fue director ejecutivo de estrategias en el Consorcio de Comunicación para el Cambio Social y anteriormente director ejecutivo y miembro fundador del Instituto Panos, en Londres. Deane tiene numerosas publicaciones en materia de comunicación, particularmente sobre el papel de los medios y las tecnologías de la comunicación en el desarrollo; la comunicación para el cambio social; y, la pandemia de VIH/SIDA en los últimos 20 años.

Brenda Dervin es profesora de comunicación y Becaria Joan N. Huber en Ciencias Sociales y del Comportamiento de The Ohio State University (Estados Unidos). Su investigación privilegia el diseño de la investigación y las metodologías centradas en la práctica de la comunicación antes que en los principios de la transmisión.

Juan Díaz Bordenave trabajó como especialista en comunicaciones en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura en Costa Rica, México, Brasil y Perú por 24 años. Desde 1980, se desempeña como consultor independiente en comunicación y educación para el desarrollo.

Wimal Dissanayake es docente en la Academy for Creative Media de la Universidad de Hawai y profesor honorario de la Universidad de Hong Kong. Es autor de más de 30 libros sobre cine, comunicación y estudios culturales. Escritor bilingüe, escribe muchos de sus libros en su lengua materna, el sinhalés. El Festival de Cine de Sri Lanka le confirió recientemente un premio especial por toda una vida dedicada a sus escritos sobre cine asiático.

Ariel Dorfman es un escritor chileno autor de numerosas novelas, cuentos, obras de teatro y ensayos. Se ha desempeñado en el mundo académico y como activista de los derechos humanos. Exiliado de Chile, ha sido profesor en universidades de Estados Unidos. Sus obras incluyen *Para leer al Pato Donald* (con Armand Mattelart), *La última canción de Manuel Sendero*, *Viudas* y otros cuarenta títulos.

John Downing es director del Global Media Research Center, College of Mass Communication and Media Arts de la Southern Illinois University en Carbondale (Estados Unidos). Ha sido docente en la Universidad de Texas, en Hunter College (Nueva York) y en la Universidad de Greenwich (Londres). Ha escrito y publicado numerosos libros y artículos sobre comunicación y movimientos sociales, entre ellos *Radical Media*.

Arturo Escobar es profesor de la cátedra Kenan de Antropología y director del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Carolina del Norte, Chapel Hill (Estados Unidos), e investigador asociado del Instituto Colombiano de Antropología e Historia en Bogotá. Trabaja con organismos no gubernamentales en proyectos sobre globalización, cultura, mujer y medio ambiente.

Orlando Fals Borda, sociólogo, escritor y político colombiano, es uno de los primeros autores y teóricos de la investigación para la acción participativa. En 1959, fue uno de los fundadores de la Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional de Colombia, de la que fue el primer decano. Ha sido director de investigación del Instituto de las Naciones Unidas para el Desarrollo Social. Es autor de *Historia doble de la Costa* (cuatro tomos) y muchos otros trabajos interdisciplinarios.

Warren Feek es director de la Iniciativa de Comunicación. Fundada en 1998, es una asociación de 24 organismos de desarrollo que promueve el acceso abierto a la información con la finalidad de apoyar a los pueblos y los organismos en el uso de estrategias comunicativas para abordar los problemas del desarrollo. Es neozelandés y ha trabajado en el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en comunicación en salud y VIH/SIDA.

Gloria D. Feliciano ha sido decana del Colegio de Medios de Comunicación de Masas de la Universidad de Filipinas, del que fue fundadora. Es autora de numerosos artículos y varios libros sobre investigación en comunicación.

María Elena Figueroa es docente titular del Departamento de Población y Ciencias de la Salud Familiar y directora de la División de Investigación y Evaluación del Centro de Programas de Comunicación de la Escuela Bloomberg de Salud Pública en Johns Hopkins (Estados Unidos). Su trabajo estudia el comportamiento en salud para apoyar los programas de comunicación en salud en América Latina, África y Asia.

Teresa Flores Bedregal es una ambientalista boliviana. Ha llevado a cabo estudios de investigación en la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de California en Davis y la Universidad de Oregon en Eugene (Estados Unidos). Ha escrito artículos y libros sobre desarrollo sostenible, medio ambiente, género y comunicación.

Elizabeth Fox es subdirectora de la Oficina de Salud de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por su sigla en inglés). Ha trabajado como consultora de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el Banco Mundial y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Vivió muchos años en América Latina y es autora o coautora de numerosos artículos y libros sobre desarrollo, comunicaciones y salud, y medios de difusión latinoamericanos.

Colin Fraser fue uno de los pioneros de la comunicación para el desarrollo, que inició en la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en 1969 y dirigió por 17 años. Es actualmente consultor independiente y ha trabajado en 75 países para los organismos internacionales de desarrollo más importantes.

Valerio Fuenzalida Fernández es un productor de televisión chileno. Su investigación se centra en estudios sobre el público y los procesos de recepción de la televisión estatal latinoamericana. Es director de estudios sobre el público del Instituto de Estudios Mediales de la Facultad de Comunicaciones en la Pontificia Universidad Católica de Chile y profesor de comunicación social en la Universidad Diego Portales (Chile). Ha publicado numerosos ensayos y libros.

Andreas Fuglesang (1925-1999) alcanzó prestigio internacional como especialista en comunicación intercultural y educación de adultos en países del Tercer Mundo. Su estrecha relación con las comunidades africanas comenzó en 1967 en Zambia. Trabajó como asesor de campo de gobiernos y organismos internacionales en África, América Latina y Asia y dictó conferencias sobre comunicación transcultural en todo el mundo. Fue también periodista independiente, fotógrafo, artista gráfico y productor de películas educativas.

Luis Jesús Galindo Cáceres coordina el programa de doctorado en comunicación de la Universidad Veracruzana (México). Galindo es miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación y coordinador del Grupo de Acción en Cultura de Investigación (México). Es autor de numerosos artículos y libros sobre investigación en comunicación.

Néstor García Canclini es director académico del Programa de Cultura Urbana de la Universidad Autónoma Metropolitana de México y ha sido profesor en muchas universidades de América Latina, España y Estados Unidos. Ha recibido muchos reconocimientos por sus publicaciones, entre ellos el premio del libro de la Asociación de Estudios Latinoamericanos.

Frank Gerace es docente del Departamento de Artes de la Comunicación de La Guardia Community College of the City College of New York (Estados Unidos). Su trabajo *La comunicación horizontal* ha sido reconocido como pionero en la formulación inicial de un enfoque latinoamericano de la comunicación participativa. Ha trabajado en proyectos para la UNESCO y la FAO en Guatemala y Ecuador, y ha sido profesor en universidades del Perú y Bolivia.

George Gerbner (1920-2005) fue decano emérito de la Escuela Annenberg de Comunicación de la Universidad de Pensilvania (Estados Unidos). Fundó el Proyecto de Investigación de los Indicadores Culturales para identificar los cambios en los contenidos televisivos y su incidencia en la imagen del mundo que tenían los televidentes. Acuñó la frase "síndrome del mundo cruel" para referirse a la mayor propensión de quienes ven televisión en exceso a pensar que el mundo es un lugar implacable y aterrador. Fundó el Cultural Environment Movement, grupo que promovía una mayor diversidad en los medios.

Octavio Getino es unos de los más importantes cineastas e investigadores de comunicación y cultura en Argentina. Fue coguionista de *La hora de los hornos*, largometraje documental pionero del Nuevo Cine Latinoamericano de los años 1960s. Durante sus años de exilio político en Perú y México, trabajó como consultor de comunicación para varios organismos internacionales de desarrollo. Ha sido docente en universidades de Argentina, Perú, México y Cuba, y publicado numerosos libros sobre industrias culturales y estudios sobre el cine en América Latina.

Bruce Girard es investigador, escritor, educador y activista con amplia experiencia en una diversidad de campos vinculados con la comunicación. Es miembro del comité ejecutivo de la Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información (CRIS) y ha publicado varios libros y artículos sobre radio comunitaria, tecnología de la comunicación para el desarrollo, gobernanza de los medios masivos mundiales y el derecho a la comunicación. Es miembro de la red de profesionales del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Denise Gray-Felder, presidenta del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, fue anteriormente vicepresidenta de la Fundación Rockefeller. Ha trabajado en relaciones públicas, periodismo, difusión por los medios, producción audiovisual, mercadeo y filantropía, y también como profesora adjunta de comunicación en varias universidades. Los campos de interés de su investigación son el diálogo público y la participación ciudadana.

Alfonso Gumucio Dagron, director ejecutivo de programas en el Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, es especialista en comunicación, con 30 años de experiencia en programas de desarrollo en África, Asia, el Pacífico Sur, América Latina y el Caribe. Es cineasta, fotógrafo, periodista y autor de una veintena de libros de literatura y sobre comunicación.

Francisco Gutiérrez Pérez comenzó su carrera en Costa Rica, donde creó el concepto de *Pedagogía del lenguaje total.* Ha sido investigador, profesor y director del Instituto Latinoamericano de Pedagogía de la Comunicación y colaborador de numerosas organizaciones internacionales como Radio Nederlands. Sus libros se centran en la educación y la comunicación.

Nurit Guttman es profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad de Tel Aviv, de Michigan State University's College of Communication Arts and Sciences y de la University of Medicine and Dentistry of New Jersey (UMDNJ) Robert Wood Johnson Medical School (Estados Unidos). Es autor de *Public Health Communication Interventions: Values and Ethical Dilemmas.*

Cees J. Hamelink es profesor de comunicación internacional en la Universidad de Amsterdam y de medios de difusión, religión y cultura en la Universidad Libre de Amsterdam. Hamelink ha trabajado como periodista y ha sido consultor de medios y políticas de comunicación de varios organismos internacionales y gobiernos. Actualmente es editor responsable de *Gazette*, una publicación internacional de estudios de comunicación. Hamelink es comentarista permanente de radio y televisión en los Países Bajos.

Lynn M. Harter es profesora adjunta de The Ohio University School of Communication Studies (Estados Unidos). Sus trabajos aparecen en numerosas publicaciones de investigación en comunicaciones. Su especialidad docente es la comunicación institucional y en salud.

Göran Hedebro fue encargado de negocios y jefe de la Embajada de Suecia en Namibia. Ha sido consultor en comunicación y desarrollo de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) y otros organismos.

Robert Hornik es profesor de la cátedra Wilbur Schramm de Comunicación y Políticas de Salud de la Escuela Annenberg de Comunicación de la Universidad de Pensilvania (Estados Unidos). Ha sido miembro de los cuatro comités del Instituto de Medicina de la Academia Nacional de Ciencias, ha recibido el premio Andreasen Scholar en *marketing* social y el premio Fisher Mentorship de la Asociación Internacional de Comunicación. Tiene numerosas publicaciones sobre comunicación para el desarrollo.

Mark Hudson es bibliotecario de servicios para adultos en la Biblioteca Pública de Monroeville, un suburbio de Pittsburgh, en Pensilvania (Estados Unidos). Es miembro de la American Library Association's Social Responsibilities Roundtable, el Progressive Librarians Guild y activista de larga data en los movimientos por la paz y la justicia mundial.

Jim Hunt es educador, instructor y facilitador con más de 35 años de experiencia en comunicación corporativa y sin fines de lucro. Fue asesor del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, y ayudó a desarrollar programas educativos y de capacitación para las iniciativas del Consorcio en Estados Unidos y África.

Robert Huesca es profesor adjunto del Departamento de Comunicación de Trinity University en San Antonio, Texas. Los campos de interés de su investigación incluyen medios alternativos y comunicación participativa para el cambio social. Las investigaciones de Huesca sobre temas de comunicación internacional y para el desarrollo han aparecido en numerosos libros y revistas especializadas.

Tom Jacobson es decano adjunto principal de asuntos académicos de la Temple University's School of Communication and Theater, en Filadelfia. Tiene numerosas publicaciones en comunicación y participación para el desarrollo.

Juan F. Jamias (1928-2006) fue profesor emérito del Colegio de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad de Filipinas en Los Baños y pionero del periodismo agrícola en las Filipinas y tuvo una vasta trayectoria como conferencista en materia de comunicación para el desarrollo.

Neville Jayaweera fue embajador de Sri Lanka en los países escandinavos. Fue el primer presidente de la junta directiva de la Ceylon Broadcasting Corporation. Ha sido comentarista sobre asuntos de Sri Lanka en el prestigioso

programa *Newsnight* de la BBC y ha escrito y participado en conferencias sobre comunicación y tecnología en todo el mundo.

Gabriel Kaplún es un especialista uruguayo en comunicación y docente e investigador de la Universidad de la República (Uruguay). Es profesor invitado y consultor de comunicación de varias universidades latinoamericanas, empresas privadas, instituciones estatales y organismos no gubernamentales.

Mario Kaplún (1923-1998) nació en Argentina y vivió en Uruguay y Venezuela, donde formuló enfoques innovadores de la comunicación participativa. Su experiencia incluyó radio y televisión, educación y comunicación popular, la docencia universitaria y el trabajo de consultoría en organismos internacionales y nacionales de desarrollo.

D. Lawrence Kincaid es científico asociado del Departamento de Salud, Comportamiento y Sociedad de la Escuela Bloomberg de Salud Pública de la Universidad Johns Hopkins (Estados Unidos). Ayudó a plantear y probar muchos métodos de análisis del impacto de la comunicación y a desarrollar un nuevo modelo de comunicación para el desarrollo participativo, y formuló una teoría sobre el arte dramático para medir el impacto de los programas de entretenimiento y educación.

Ullamaija Kivikuru es profesora de periodismo en la Escuela Sueca de Ciencias Sociales, Universidad de Helsinki. Ha trabajado sobre periodismo y medios en África oriental y meridional por más de 25 años y, más recientemente, medios comunitarios en Sudáfrica y Namibia.

Eric Kluitenberg es un teórico, escritor y gestor en materia de cultura, medios de comunicación y tecnología. Es jefe del programa de medios de difusión del Centro De Balie para la Cultura y la Política en Amsterdam (Países Bajos) y profesor de teoría de los medios en diversas universidades. Actualmente enseña en el Instituto de Medios Interactivos del Hogeschool van Amsterdam y dicta conferencias y escribe sobre cultura, nuevos medios y política cultural en toda Europa.

Satish Kolluri dicta cursos de comunicación para el desarrollo, estudios culturales y cine mundial como profesor adjunto del Departamento de Estudios de la Comunicación en la Universidad de Pace (Nueva York).

Uma Kothari es profesora principal de la School of Environment and Development, Institute for Development Policy and Management, Manchester (Reino Unido). Los campos de interés de su investigación incluyen el desarrollo social, género y desarrollo, cambio agrario y desarrollo rural, procesos de migración, historia y teorías del desarrollo y colonialismo y desarrollo. Ha trabajado en Bangladesh, Egipto, India, Mauricio y México.

Osvaldo León es director de la revista *América Latina en Movimiento* de la Agencia Latinoamericana de Información. Ha coordinado diversas conferencias internacionales sobre derechos de la comunicación y publicado ensayos sobre comunicación alternativa y el impacto de la tecnología de la comunicación internacional en el desarrollo.

Gary Lewis trabaja en el Centro de Programas de Comunicación de la Escuela Bloomberg de Salud Pública de la Universidad Johns Hopkins (Estados Unidos). Desde el año 2000 ha sido director del programa Sustaining Technical Achievements in Reproductive Health/Family Planning Program, que presta apoyo técnico en materia de salud reproductiva y planificación al gobierno de Indonesia, financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el De-

sarrollo Internacional (USAID por su sigla en inglés). Ha trabajado en temas de planificación familiar en 25 países.

Rico Lie es antropólogo social del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Wageningen (Países Bajos). Es profesor universitario de comunicación internacional con especialización en las áreas de comunicación para el desarrollo y comunicación intercultural.

Sean MacBride (1904-1988) fue periodista, abogado y político; miembro fundador de Amnesty International y presidente de la Comisión Internacional para el Estudio de Problemas de Comunicación de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), que publicó su obra *Un solo mundo, voces múltiples: Hacia un nuevo orden mundial de la información y la comunicación más justo y más eficaz*. Fue galardonado con el Premio Nobel de la Paz en 1974.

Charles Malan es consultor de investigación y escritor que dirige la Editorial Hermes. Por dos décadas fue investigador principal del Consejo de Investigación en Ciencias Humanas (HSRC por su sigla en inglés) de Sudáfrica, en Pretoria. Ha sido profesor en los departamentos de Afrikaans y Ciencias de la Información de la Universidad de Pretoria. Tiene numerosas publicaciones sobre temas de juventud, estudios culturales, conciencia intercultural, comunicación para el desarrollo y literatura sudafricana.

Víctor Manuel Mari Sáez es profesor de teoría de la comunicación de la Universidad de Cádiz (España) y asesor en materia de comunicación educativa. Su investigación se centra en la comunicación, los movimientos sociales y las redes sociales en proyectos vinculados a la comunicación y el desarrollo local.

José Marques de Melo es docente en la Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (Brasil). Es director de la Cátedra UNESCO y catedrático de Comunicación para el Desarrollo Regional en la Universidad Metodista de São Paulo, y fundador del programa de posgrado en comunicación social.

Jesús Martín Barbero es fundador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle (Colombia). Ha trabajado como investigador en la Universidad Complutense de Madrid y como docente en la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Stanford (Estados Unidos) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia de México. Actualmente enseña en la Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia).

Sipho Masilela, de nacionalidad sudafricana, vivió como refugiado político en Kenia por 20 años. Ha sido profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad Rhodes (Sudáfrica), director de comunicación en el Departamento de Servicio y Administración Pública del gobierno de Sudáfrica y jefe de gabinete y asesor especial del Ministro de Desarrollo Social.

Sandra Massoni es profesora de comunicación en la Universidad Nacional de Rosario y la Universidad Nacional de la Plata (Argentina). Ha llevado a cabo numerosos proyectos de investigación en estrategias de comunicación social, comunicación para el desarrollo y en comunicación y recursos naturales. Massoni es coordinadora del programa de investigación de la comunicación para la cooperación académica entre la Unión Europea y América Latina ALFA RED ICOD.

Armand Mattelart es profesor emérito de ciencias de la información y la comunicación de la Universidad de París. Ha sido profesor de sociología de la comunicación en la Universidad Católica de Chile, en Santiago, y experto en desarrollo social de las Naciones Unidas. Mattelart ha sido coautor de numerosos libros sobre cultura, política, medios masivos y teoría de la comunicación e historia.

Emile McAnany es profesor de la cátedra Schmidt de Comunicación de la Universidad de Santa Clara (California). Ha sido docente en la Universidad de Texas en Austin y en la Universidad de Stanford (ambas en Estados Unidos). Investiga y escribe sobre políticas que promovieron —o no lograron promover— un cambio social auténtico.

Neill McKee tiene cerca de cuatro décadas de experiencia en comunicación para el desarrollo internacional. Es director de Healthy Russia 2020, un proyecto del Centro de Programas de Comunicación de la Escuela Bloomberg de Salud Pública de la Universidad Johns Hopkins (Estados Unidos). Ha ocupado diversos cargos en ese Centro, en el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en Asia y África, el International Research Centre en Canadá y en el Canadian University Service Overseas.

Paolo Mefalopulos es funcionario principal de comunicaciones de la División de Comunicación para el Desarrollo del Banco Mundial. Ha trabajado como consultor en la UNESCO, en la FAO y en la Unión Europea, aplicando los principios de la comunicación participativa en áreas rurales de Bolivia, Colombia, Guatemala, Jordania, Namibia, Nepal, Pakistán y Zimbabue.

Srinivas Melkote se especializa en estudios sobre comunicación para el desarrollo y sobre medios internacionales. Ha escrito varios libros, entre ellos *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice* y numerosos artículos en revistas especializadas de comunicación.

Bella Mody es profesora de la cátedra James E. de Castro de Estudios sobre los Medios de Comunicación Mundiales de la Universidad de Colorado en Boulder (Estados Unidos). Ha sido consultora de organismos de las Naciones Unidas, gobiernos nacionales y organismos no gubernamentales en la aplicación de los medios de comunicación en la agricultura, la salud y la educación en la India, Malasia, Singapur, Nepal, Costa Rica, Jamaica, Barbados, Ghana, Tanzania, Zimbabue, Kenia y Sudáfrica.

Andrew A. Moemeka es profesor de comunicación en la Central Connecticut State University, New Britain, Connecticut (Estados Unidos). Ha trabajado en la teoría y práctica del uso de los medios masivos para promover el desarrollo por más de dos décadas. Es consultor de comunicación y desarrollo para organismos internacionales y nacionales.

Ali Mohammadi es profesor de comunicación internacional y estudios culturales en Nottingham Trent University (Reino Unido). Es autor de libros sobre islamismo, globalización, e Irán y de políticas culturales en la región del Golfo Pérsico.

Luiz Gonzaga Motta es profesor de comunicación y coordinador del Centro de Estudios de Comunicación y Política de la Universidad de Brasilia (Brasil). Es periodista profesional, productor de vídeo y televisión, y asesor internacional de programas de comunicación y cambio social.

Hamid Mowlana ha sido profesor visitante en universidades de Europa, Oriente Medio, América Latina y África y trabajado para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en París. Tiene numerosas publicaciones sobre comunicación internacional, los aspectos culturales y psicológicos de las relaciones interna-

cionales y sobre el desarrollo socioeconómico a nivel mundial.

Daudi Mwakawago es un político y diplomático de Tanzania. Ha sido representante especial del Secretario General de las Naciones Unidas en Sierra Leona, vicepresidente de la junta directiva de la Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y Representante Permanente del gobierno de Tanzania ante la ONU.

Kaarle Nordenstreng es profesor de periodismo y comunicación de masas en la Universidad de Tampere (Finlandia). Fue jefe de investigación de la Compañía Finlandesa de Radiodifusión durante una época de reformas radicales a fines de los años 1960, después de lo cual pasó al cargo que ocupa actualmente. Ha sido profesor visitante en varias universidades estadounidenses y escrito y/o publicado más de 400 artículos e informes sobre comunicación y medios.

Onuora Nwuneli obtuvo su doctorado en artes de la comunicación en la Universidad de Wisconsin en Madison (Estados Unidos). Ha sido profesor de comunicación de masas en la Universidad de Lagos, Nigeria, por 14 años. Nwuneli trabajó en el Instituto de Comunicación de Masas de Kenia como asesor técnico principal de la UNESCO en información, educación y comunicación, y también como especialista y asesor del gobierno de Bostwana con el auspicio de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (SIDA).

Francis B. Nyamnjoh es profesor adjunto y jefe de publicaciones y divulgación del Consejo para el Desarrollo de la Investigación en Ciencias Sociales en África. Con amplia experiencia en investigación, tiene numerosas publicaciones sobre Camerún y Botswana, donde recibió el premio al investigador Senior Arts Researcher of the Year, en 2003.

Seán Ó Siochrú es escritor, promotor y consultor en temas de medios y comunicación. Como consultor ha trabajado con las Naciones Unidas y otros organismos internacionales en más de 40 países. Es director de NEXUS Research, una organización independiente de investigación sin fines de lucro y miembro de la junta directiva de la Dublin Community Television en Irlanda, donde reside.

Rafael Obregón es profesor adjunto y director del Programa de Investigación de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad de Ohio (Estados Unidos). Ha sido asesor regional de comunicación en la Unidad del Niño y del Adolescente de la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud y ha trabajado extensamente en salud y comunicación para el desarrollo, además de tener numerosas publicaciones sobre el tema. Anteriormente fue catedrático de comunicación en la Universidad del Norte en Barranquilla, Colombia. Es miembro de la red de profesionales del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Aida Opoku-Mensah es jefe del equipo de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para la Información de África y del Grupo de Trabajo de las Naciones Unidas sobre Información y Tecnologías para el Programa de Desarrollo, con sede en Addis Abeba, Etiopía. Como directora regional de la oficina del Instituto Panos en África meridional, con sede en Lusaka, Zambia, fue iniciadora de numerosas iniciativas pioneras en información y comunicación, tales como el apoyo a la radio comunitaria para programas de desarrollo orientados a mujeres rurales.

Alfred E. Opubor es coordinador del Grupo de Trabajo sobre Comunicación para la Educación y el Desarrollo en Cotonou, República de Benin. Fue presidente de la junta directiva del

Departamento de Comunicación de Masas de la Universidad de Lagos, Nigeria, donde capacitó a varias generaciones de alumnos de periodismo y comunicación. Opubor fue asesor del Fondo de Población de las Naciones Unidas (FNUAP) en África occidental y meridional por casi 10 años.

Will Parks es antropólogo médico especializado en comunicación para la salud internacional y funcionario internacional de UNICEF. Trabajó en la iniciativa "Stop TB" de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y en programas contra la malaria y la gripe aviar y a la oficina de UNICEF en Asia meridional. Experto en Estados isleños pequeños, ha dirigido numerosos proyectos de salud. Fue docente adjunto de la Universidad de Queensland en Australia y miembro de la red de profesionales del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Antonio Pasquali es filósofo e investigador en comunicación venezolano. Trabajó en la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), donde se desempeñó como Subdirector General de Comunicación y Asesor Regional de Comunicación en América Latina. Creó el centro audiovisual del Ministerio de Educación de Venezuela y el Instituto de Investigaciones de la Comunicación, donde coordinó el Proyecto Ratelve para crear una nueva política de radio y televisión.

Breda Pavlic es profesora de sociología y ex directora de la Unidad de Promoción de la Condición de la Mujer y la Igualdad entre los Géneros de la UNESCO. Anteriormente, también fue representante de la UNESCO en Canadá. Es coautora de *The New International Economic Order: Links Between Economics and Communications* (con Cees Hamelink) y *The Challenges of South-South Cooperation*.

José Miguel Pereira es catedrático del departamento de comunicación de la Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia). Fue director de la facultad de comunicación social de la universidad y coordinador académico de la cátedra de comunicación social de la UNESCO.

Cicilia Maria Krohling Peruzzo es ex presidenta de Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Es docente del programa de posgrado en comunicación social en la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil) y en la Universidade Federal de Espirito Santo.

Daniel Prieto Castillo es periodista y profesor de filosofía que se especializa en estudios latinoamericanos. Su área de concentración es la relación entre educación y comunicación. Pionero de la comunicación alternativa y participativa, Prieto ha publicado cerca de cincuenta libros.

Wendy Quarry ha trabajado en comunicación para el desarrollo por más de 25 años. Trabaja en Kabul, Afganistán. Ha sido profesional en comunicación de gobiernos y organismos no gubernamentales, facilitando la formulación de estrategias de comunicación en materia de agua y saneamiento, medio ambiente, irrigación y drenaje, y manejo de recursos naturales.

Nora C. Quebral es ex presidenta del Departamento de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Agricultura de la Universidad de Filipinas en Los Baños. Fue también profesora de comunicación para el desarrollo en el Centro Regional del Sudeste Asiático para Estudios de Posgrado e Investigación en Agricultura.

Marc Raboy es profesor de la cátedra Beaverbrook de Ética, Medios y Comunicaciones de la Universidad de McGill en Montreal, Canadá. Ex periodista, es autor y editor de numerosos

libros y artículos sobre políticas de medios, así como de informes de investigación para muchos organismos internacionales. Raboy es el coordinador general del grupo de trabajo Global Media Policy de la Asociación Internacional de Investigación en Medios y Comunicación y miembro fundador de la Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información.

Mina Ramírez es presidenta del Instituto Social Asiático. Ramírez es muy conocida como pionera de los estudios sobre familias filipinas. Es consultora de la Oficina Católica Internacional del Niño con sede en Ginebra y miembro fundador de la Pontificia Academia de Ciencias Sociales, con sede en El Vaticano.

Ricardo Ramírez es consultor independiente especializado en comunicación para el desarrollo. Fue profesor de desarrollo de capacidades y comunicación en la Escuela de Diseño Ambiental y Desarrollo Rural de la Universidad de Guelph, Canadá. Trabajó con el grupo de Comunicación para el Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), donde integró las herramientas de evaluación participativa en la planificación de la comunicación.

Ignacio Ramonet es Director de *Le Monde Diplomatique* y profesor de teoría de la comunicación en la Universidad Denis Diderot en París, donde se especializa en geopolítica, economía e historia de la cultura. Es autor de numerosos libros y artículos sobre temas de comunicación.

Manju Rani es científica del Programa Extendido de Inmunización de la Organización Mundial de la Salud para la Región del Pacífico Occidental. Desde 1992 ha ocupado varios cargos de supervisión y dirección en materia de desarrollo rural, salud, educación y en programas de desarrollo de la mujer y el niño en el Rajastán rural, en India. El uso de técnicas de movilización social ha sido parte integral de su trabajo.

Rossana Reguillo es profesora en el Departamento de Estudios Socioculturales del Instituto de Estudios Superiores de Occidente en Guadalajara, México. Estudia la relación cultural entre los miedos y la sociedad contemporánea.

Sonia Restrepo Estrada es consultora de comunicación en materia de desarrollo rural. Ha trabajado en diversas entidades del gobierno colombiano antes de pasar a la oficina del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en Colombia. En esta oficina planificó y puso en ejecución actividades de comunicación innovadoras y eficaces orientadas a la infancia.

Fernando Reyes Matta es un experto en comunicación internacional y diplomático chileno. Es uno de los fundadores de la televisión nacional de Chile. Contribuyó en la redacción del Informe MacBride titulado *Un solo mundo, voces múltiples*, para la UNESCO. En 1983, Reyes Matta pasó a ser director de información y cultura del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, posteriormente fue embajador en Nueva Zelanda y en China.

Pilar Riaño-Alcalá tiene títulos académicos en comunicación y antropología. Su investigación, actividad docente, trabajo comunitario y pedagógico y sus textos son conocidos en toda América Latina y del Norte. Su investigación se centra en las dimensiones culturales de la violencia y la política de la memoria, el testimonio y la reconciliación en sociedades "inestables".

Giuseppe Richeri es decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la Suiza Italiana (Lugano) donde enseña economía de los medios e historia social de

la comunicación. Es director del Instituto de Medios y Periodismo y del Observatorio de Medios de China.

Scott S. Robinson es docente en la Universidad Metropolitana, Unidad Iztapalapa, en México. Ha publicado textos sobre chamanismo, derechos nativos en Ecuador, políticas de reubicación involuntaria relacionada con represas hidroeléctricas, la movilización de sistemas de información de internet para los productores rurales de México, telecentros comunitarios, microbanca comunitaria, transferencia de remesas de las comunidades de la diáspora y políticas de telecomunicaciones en México.

Clemencia Rodríguez es profesora adjunta del Departamento de Comunicación de la Universidad de Oklahoma (Estados Unidos). Desde 1984, ha realizado investigación en los medios de comunicación ciudadanos en países como Nicaragua, Colombia, España, Chile y en comunidades latinas de Estados Unidos.

Everett M. Rogers (1931-2004) fue profesor emérito distinguido del Departamento de Comunicación y Periodismo de la Universidad de Nuevo México (Estados Unidos). Fue pionero en el campo de la comunicación para el desarrollo a partir de la publicación de su clásico *Diffusion of innovations*, en 1962. Publicó numerosos trabajos durante casi 50 años.

Niels Röling es profesor emérito del Departamento de Estudios de la Comunicación de la Universidad de Wageningen (los Países Bajos). Se especializa en el aprendizaje social en el manejo integrado de cuencas en Europa y en las vías institucionales de la ciencia agrícola para pequeños agricultores en África occidental, especialmente Benin y Ghana.

Raúl Román es investigador asociado de la Red Annenberg de Investigación sobre Comunicación Internacional de la Escuela de Comunicación Annenberg de la Universidad del Sur de California. Su investigación se centra en el proceso y las consecuencias de la difusión y adopción de la tecnología de la información y la comunicación en comunidades de países en vías en desarrollo. Ha sido investigador y consultor de tecnología de la información y programas de desarrollo internacional en el sudeste de Asia, América Latina y África subsahariana.

Rafael Roncagliolo es un sociólogo, periodista, consultor internacional y catedrático peruano. Fue vicepresidente de la Asociación Internacional de Investigación en Medios y Comunicación. Ha dirigido programas de radio y televisión y publicado libros sobre temas de comunicación.

Florangel Rosario-Braid es miembro del consejo de dirección y asesora principal del Instituto Asiático de Periodismo y Comunicación. Fue presidenta del comité de comunicación de la Comisión Nacional de las Filipinas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y ha ocupado cargos en diversos organismos internacionales. Entre sus publicaciones se cuentan más de una docena de libros sobre comunicación, tecnología de la información y educación permanente.

Chin Saik Yoon es editor responsable de una iniciativa de Orbicom– UNESCO/PAN-IDRC/ADIP-UNDP para publicar una auditoría general de la aplicación y difusión de centros de comercio internacional en la región Asia Pacífico.

Beatriz Sarlo es profesora de literatura en la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Ha sido docente en la Universidad de Columbia, la Universidad de California en Berkeley, la Universidad de Maryland y la Universidad de Minnesota (todas en Estados Unidos). Su investigación se centra en la literatura sentimen-

tal popular y la historia del periodismo y de los medios masivos.

Thomas Scalway es consultor independiente Se especializa en comunicación en salud, especialmente VIH/SIDA. Fue asesor en la formulación de la estrategia actual de la Campaña Mundial contra el SIDA, en comunicación en salud para el Departamento de Desarrollo Internacional de la India y reformuló la estrategia del programa de lucha contra el SIDA de la Fundación Nelson Mandela.

Herbert Schiller (1920-2000) fue un crítico de los medios masivos y economista político. Sus primeros trabajos —*Mass Communications and American Empire* y *The Mind Managers*— fueron un anuncio de la atención que prestaría durante toda su vida a la imposición de la ideología cultural de los Estados Unidos sobre otros países, especialmente los del Tercer Mundo, y del control estadounidense sobre los mercados de medios. Sus escritos críticos impulsaron a muchos académicos de la comunicación a poner a prueba sus generalizaciones sobre el imperialismo cultural y de los medios.

Héctor Schmucler es profesor emérito de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y ha sido docente en muchos países latinoamericanos. Fue cofundador y editor de la revista *Comunicación y Cultura* en México.

Wilbur Lang Schramm (1907-1987) fue una figura clave de la investigación en comunicación. Durante la Segunda Guerra Mundial trabajó en la Oficina de Información de Guerra de Estados Unidos. Fue director de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Iowa (1943-1947) y decano de los Programas de Comunicación de Masas de la Universidad de Illinois (1947), la Universidad de Stanford (1955) y del East-West Centre de la Universidad de Hawai, en la década de 1970 (todas en Estados Unidos).

Jan Servaes es profesor y director del Departamento de Comunicación de la Universidad de Massachussets (Estados Unidos). Fue docente y jefe de la Escuela de Periodismo y Comunicación de la Universidad de Queensland en Brisbane (Australia). Ha sido profesor de comunicación internacional y comunicación para el desarrollo en Bélgica, Estados Unidos, Países Bajos y Tailandia. Ha trabajado en investigación, desarrollo y asesoría en todo el mundo y es autor de numerosos libros y artículos especializados.

Hemant Shah es profesor de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Masas de la Universidad de Wisconsin en Madison (Estados Unidos). Su investigación aborda el papel de los medios masivos en el cambio social, tal como en el desarrollo nacional, la construcción de identidades culturales, la creación de temores raciales y los movimientos sociales. Su investigación más reciente es una historia intelectual de la comunicación de masas y la teoría de la modernización.

Yogita Sharma es alumna del doctorado en comunicación en Texas A&M University (Estados Unidos), con intereses en temas de feminismo y cambio social. Antes de Texas A&M, estudió en el Instituto de Comunicación de Masas de la India.

Prakash M. Shingi se especializa en comportamiento institucional y comunicación rural. Su investigación se centra en la gestión de sistemas de extensión agrícola, silvicultura social y extensión forestal, cooperativas agroindustriales, sistemas de irrigación a escala y medios de difusión masiva. Ha sido consultor de más de 20 organismos internacionales y nacionales.

Francisco Sierra Caballero es Decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (España), profesor de teoría de la comunicación en el Departamento de Periodismo y director del programa de maestría en Comunicación y Desarrollo. Es experto en políticas de comunicación, nuevas tecnologías y participación ciudadana en la Unión Europea y autor de numerosos estudios, monografías y libros sobre comunicación y desarrollo, y sobre políticas de comunicación y medios.

Arvind Singhal es profesor de comunicación e investigador principal en la Universidad de Texas en El Paso. Anteriormente fue profesor e investigador en la Facultad de Estudios de la Comunicación de la Universidad de Ohio, con énfasis en materia de difusión de innovaciones, movilización para el cambio, formulación y ejecución de campañas estratégicas de comunicación para el entretenimiento educativo. Singhal fue el primero en recibir el Premio Everett M. Rogers por Contribución Excepcional al Entretenimiento Educativo.

Hugo Slim es funcionario titular de investigación del Save the Children Fund (Reino Unido). Es cofundador de Rural Evaluations, una consultora especializada en recoger testimonios orales de personas que viven en zonas de proyectos asistenciales y de desarrollo, y tiene numerosas publicaciones en revistas especializadas.

Dallas Smythe fue un académico de la comunicación de prestigio internacional, profesor y asesor de políticas por más de 50 años. Varios temas caracterizan su trabajo: la constante puntualización del poder de los medios de comunicación masiva para restringir el pensamiento independiente, el carácter contradictorio de las nuevas tecnologías y la tendencia de quienes están en capacidad de esperar que los demás se adapten a las nuevas tecnologías en lugar de concebir tecnologías que sirvan a sus necesidades reales.

Fernando Solanas es una figura influyente en el cine argentino desde los años 1960s. En 1966, dirigió con Octavio Getino el documental *La hora de los hornos*. Esta película de cuatro horas de duración es hoy un clásico del cine político y se convirtió en el trabajo fundamental del movimiento conocido como el "Tercer Cine". Solanas ha sido candidato a la Presidencia de Argentina.

Juan Somavía es Director de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el representante permanente de Chile ante las Naciones Unidas. Ha trabajado como asesor de los presidentes de México y Venezuela y en 1988 recibió el Premio Leonidas Proaño de la Asociación Latinoamericana de Derechos Humanos de Ecuador por su contribución a la paz y los derechos humanos.

Stefan Sonderling es profesor titular en el Departamento de Comunicación de la Universidad de Sudáfrica. Es docente de teoría de la comunicación, comunicación para el desarrollo y comunicación política. Entre sus campos de investigación e interés se cuentan la teoría posmoderna y poscolonial y el lenguaje y las teorías del discurso.

Annabelle Sreberny es profesora visitante de medios de difusión mundiales y estudios de la comunicación en el New Media and Film Studies Programme de SOAS, en la Universidad de Londres. Ha ocupado cargos académicos en Irán y Estados Unidos, y fue directora del Centro de Investigaciones sobre Comunicación de Masas de la Universidad de Leicester (Reino Unido) de 1992 a 1999.

J. Douglas Storey es profesor adjunto de ciencias e investigación en el Centro Johns Hopkins de Programas de Comunicación de la Escuela Bloomberg de Salud Pública. Sus 30 años de experiencia en investigación de la comunicación y evaluación en salud lo han llevado a más de 20 países. Ha escrito sobre temas que van

desde la salud reproductiva y la prevención del VIH/SIDA hasta el fortalecimiento de capacidades comunitarias y la igualdad de género en la atención en salud.

Eduardo Tamayo es investigador y periodista de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), con sede en Ecuador. Es autor de libros y artículos sobre comunicación.

Ruth Teer-Tomaselli es profesora de estudios culturales, de la comunicación y los medios en la Universidad de KwaZulu-Natal, Durban (Sudáfrica). Entre los campos de interés de su investigación se cuentan la economía política de la difusión por los medios y las telecomunicaciones en Sudáfrica, la producción de programas de televisión y radio (en particular, la radio comunitaria) y el papel de los medios de comunicación en el desarrollo.

Pradip Ninan Thomas es profesor adjunto de la Escuela de Periodismo y Comunicación de la Universidad de Queensland (Australia). Tiene numerosas publicaciones en materia de comunicación y desarrollo, y de la economía política de las comunicaciones. Actualmente investiga acerca del fundamentalismo cristiano y los medios de difusión en India.

Paul Thompson es profesor de investigación de la Universidad de Essex (Reino Unido) y director de la National Life Story Collection. Pionero del movimiento de historia oral en Europa, ha sido docente e investigador (utilizando entrevistas sobre historias de vida) por 20 años. Es fundador y editor de *Oral History* y *The International Year Book of Oral History and Life Stories*.

Erick Rolando Torrico Villanueva es Director de Comunicación y Periodismo de la Universidad Andina Simón Bolívar en La Paz (Bolivia), Director del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM), y Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (2005-2008) y ex Presidente de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación. Es miembro de la red universitaria del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Thomas Tufte es profesor de comunicación en la Universidad de Roskilde (Dinamarca), donde ha dictado el curso de maestría Malmö ComDev desde sus inicios. Fue profesor invitado de la Cátedra UNESCO de Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona (España), miembro de un grupo internacional de expertos en VIH/SIDA y ha trabajado como consultor en salud internacional y desarrollo de muchos organismos mundiales. Es miembro de la red universitaria y la red de profesionales del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Frank Ugboajah fue profesor titular de comunicación de masas y jefe del Departamento de Comunicación de Masas de la Universidad de Lagos. Trabajó en la plana editorial de varias publicaciones sobre comunicación y fue consultor en materia de emisoras rurales de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para África.

Víctor Valbuena es profesor titular de la Escuela de Estudios de Cine y Medios de Comunicación del Politécnico Ngee Ann de Singapur. Ha realizado investigaciones en temas de comunicación para el desarrollo y programas de capacitación en la región Asia Pacífico, y escrito sobre medios de comunicación populares, emisoras comunitarias y educación para la planificación familiar.

Donald E. Voth es catedrático de sociología rural en la Universidad de Arkansas (Estados Unidos). Tiene una larga trayectoria de trabajo

con el Servicio Forestal del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos y actualmente dirige varias iniciativas importantes de investigación para la acción en gestión y planificación forestal comunitaria. Tiene numerosas publicaciones sobre desarrollo comunitario y condiciones rurales en el sudeste asiático y sobre temas forestales.

Silvio Waisbord es profesor en la Escuela de Medios y Asuntos Públicos en la Universidad George Washington en Washington DC. Además, es editor de la revista académica International Journal of Press/Politics. Fue funcionario principal de programas de la Academy for Educational Development, un organismo sin fines de lucro con sede en Estados Unidos. Ha trabajado en proyectos de desarrollo de capacidades en comunicación en salud, y formulado y puesto en ejecución actividades de comunicación y periodismo vinculadas a salud infantil, salud materna y enfermedades infecciosas. Ha publicados libros y artículos sobre comunicación para el desarrollo, medios de difusión, y prensa, particularmente en América Latina.

Georgette Wang es decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad Bautista de Hong Kong. Ha trabajado como catedrática, directora y decana del Colegio de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Chung Cheng en Chia-yi (Taiwán) y como profesora del Instituto de Estudios de la Comunicación de la Universidad Nacional de Chiao Tung. Ha sido subdirectora de United Daily News y directora editorial de Sinorama Monthly (ambos en Taiwán).

Robert A. White fue profesor de comunicación y desarrollo de la Universidad Gregoriana de Roma, de 1990 a 2006, y director del Centro para el Estudio Interdisciplinario de la Comunicación de la misma universidad por 11 años. Fundador y editor de *Communication Research Trends* y cuatro libros sobre investigación en comunicación y desarrollo. Es director del programa de Maestría en Comunicación de Masas de la Universidad de Tanzania en septiembre de 2006, donde también dirige un centro de comunicación para el desarrollo.

Shirley A. White es jubilada del Departamento de Comunicación de la Universidad de Cornell (Estados Unidos) donde fue profesora de vídeo, comunicación para el desarrollo y comunicación institucional. Tiene numerosos trabajos de investigación en comunicación participativa y ha sido autora y editora de numerosos libros.

Karin Gwinn Wilkins es profesora adjunta y asesora de posgrado del Departamento de Radio, Televisión y Cine de la Universidad de Texas en Austin (Estados Unidos). Es presidenta de la División de Desarrollo Intercultural de la Asociación Internacional de Comunicación. Su trabajo de investigación se centra en el desarrollo y la comunicación internacional, así como en los medios de difusión y el cambio social.

Hugh Anthony Williamson (1935-2004) fue un académico en geografía humana que utilizó técnicas innovadoras para ayudar a los pueblos indígenas de Labrador y el Ártico canadiense a plantear sus reclamos territoriales y expresar sus inquietudes al gobierno canadiense. Fue conocido por su trabajo en el uso del cine y el vídeo como catalizadores del desarrollo comunitario. Su técnica, aplicada en el "Proceso de Fogo", entrañaba el uso de estos medios por parte de los pobladores de las aldeas para contar su historia, un proceso participativo sin precedentes en la mayoría de zonas rurales y apartadas de Canadá.

Laurie J. Wilson es profesora y ex presidenta del Departamento de Comunicaciones de Brigham Young University, en Utah (Estados Uni-

dos). Es consultora de planificación estratégica de comunicación para entidades y asociaciones públicas, privadas y sin fines de lucro y, de relaciones comunitarias y con los medios. Es coautora de numerosas publicaciones sobre comunicación y desarrollo.

Pierre de Zutter ha dedicado 35 años de trabajo en América Latina como periodista y consultor independiente de programas de desarrollo rural y para organismos de cooperación internacional, organismos no gubernamentales, universidades y otras instituciones. Es autor y coautor de más de 40 libros sobre comunicación participativa y desarrollo rural.

Reconocimientos

Expresamos nuestro reconocimiento y agradecimiento a los autores y editores que autorizaron la reimpresión de los textos de este libro. El crédito respectivo aparece al final de cada contribución.

La edición en castellano de la Antología no hubiera sido posible sin el compromiso de muchos pensadores de la comunicación y profesionales del desarrollo. Entre ellos queremos mencionar a quienes son o fueron miembros de la junta directiva del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social: María Celeste Cádiz, Luis Peirano, Warren Feek, Denise Gray-Felder y colegas de trabajo como James Deane, Ailish Byrne, Susan Mach, Jim Hunt, E'lon Cohen, Kay Lee y Man Vung.

Extendemos nuestro reconocimiento especial a Denise Grey-Felder, Presidente del Consorcio, por su apoyo a la edición en castellano de esta Antología, un proyecto que entre su versión en inglés y en castellano, se ha llevado más de cinco años de trabajo.

Las sugerencias de los expertos -de Asia, América Latina, Norteamérica, África, la región del Pacífico y Europa- que reunimos en 2004 para someter a su criterio nuestra primera selección de los textos, fueron de suma importancia para nosotros. Sin embargo las decisiones definitivas fueron nuestras, de modo que asumimos plena responsabilidad por todo error u omisión. Es importante mencionar a los académicos que participaron en esa primera cita en Bellagio, donde se definió a grandes rasgos la estructura del libro: Rosa María Alfaro, Silvia Balit, Luis Ramiro Beltrán, Cees Hamelink, Daniel Prieto Castillo, Clemencia Rodríguez, Jan Servaes, Pradip Thomas, Ruth Teer-Tomaselli, Robert White y Karin Gwinn Wilkins, además de los colegas del Consorcio. También agradecemos a quienes contribuyeron antes y después con indicaciones, textos y sugerencias: Tom Jacobson, John Downing, Ricardo Ramírez, Rafael Obregón, Chris Kamlongera, Alfred Opubor, Will Parks, y Keyan Tomaselli entre otros.

Tuvimos el honor de contar desde el principio con la participación de dos pioneros de la comunicación de Estados Unidos, George Gerbner y Everett Rogers. A ellos, y a Juan Jamias de Filipinas les dedicamos esta obra. Los tres fallecieron antes de ver el libro publicado en inglés. Orlando Fals Borda conoció la edición en inglés, pero falleció un par de días antes de que esta edición en castellano entrara a imprenta. También dedicamos este trabajo a su memoria. Nuestros conocimientos profesionales se vieron enriquecidos por sus contribuciones, y poder contar con ellos como colegas y amigos fue enriquecedor.

Desde los inicios de la primera edición en inglés, recibimos muchas sugerencias de personas que trabajan en la comunicación para el desarrollo. Una parte clave de este proceso inicial fue facilitada por La Iniciativa de Comunicación, y agradecemos al personal y a los integrantes de su red global y latinoamericana, por el apoyo que nos permitió identificar a muchos autores y referencias.

Para elaborar esta Antología revisamos más de mil textos, de los cuales seleccionamos los que son a nuestro juicio los más representativos. Las traducciones del inglés al castellano se deben a Bertha Pancorvo (Perú) y la corrección de estilo estuvo a cargo de Alejandra Adoum (Ecuador), ambas profesionales con largos años de experiencia. Desde Kuala Lumpur, Kay Lee contribuyó con una revisión adicional de todo el texto; asimismo contamos con los acuciosos ojos de Bernardo Quiroga, Mauricio Murillo y Álvaro Cuellar Vargas en Bolivia, quienes revisaron secciones del material ya diagramado. Contamos además con la colabora-

ción generosa de Rocío Cajías, Amparo Cadavid, Arvind Singhal, Jair Vega, Liber Forti y Enrique Santos Molano para obtener textos en castellano difíciles de encontrar.

El trabajo final de la edición estuvo bajo la responsabilidad de José Antonio Quiroga T., director de Plural editores (Bolivia). Angélica Gutiérrez S. hizo el diagramado y Jorge Prado el diseño de las portadillas interiores. La bella tapa de esta edición es obra de Emerson Wajdowicz Studios (New York). A todos ellos nuestro agradecimiento por el esmero y la dedicación que han mostrado para hacer de esta Antología en castellano un libro bello.

Debemos un enorme reconocimiento a nuestras compañeras de vida, Katherine Grigsby y Pernille Tufte, quienes vieron pasar durante varios años fines de semana, días festivos y eventos culturales sin que nosotros nos desprendiéramos de las pantallas de nuestras computadoras.

No podemos terminar sin agradecer a todos quienes han colaborado con sus ideas, pensamientos y visión para decantar nuestro propio acervo de conocimientos y ejercicio práctico. Asimismo, agradecemos a quienes viven y trabajan en comunidades rurales y ciudades en todo el mundo, cuyo uso innovador de la comunicación para mejorar vidas es una inspiración continua para nosotros. Sin ustedes, este libro no existiría.

Alfonso Gumucio Dagron
Thomas Tufte

Marzo 2008

Índice de autores

A

Albó, Xavier 1055
Agunga, Robert 599, 628
Airhihenbuwa, Collins O. 793
Alfaro Moreno, Rosa María 445, 446, 447, 448, 450, 837, 838, 922, 1253
Appadurai, Arjun 889
Ascroft, Joseph 140, 628, 632

B

Balit, Silvia 548
Barranquero, Alejandro 1270
Beltrán S., Luis Ramiro 94, 97, 145, 257, 614, 615
Beltrão, Luiz 299
Berlo, David 50
Bessette, Guy 1034
Boal, Augusto 159, 161, 165
Bordenave, Juan Díaz 746
Brecht, Bertolt 48
Brown, L. David 451
Burch, Sally 1154
Byrne, Ailish 1160

C

Calvelo Ríos, J. Manuel 581, 1150
Capriles, Oswaldo 353
Cardozo Buitrago, Martha 836
Castells, Manuel 1284
Chambers, Robert 384, 385
Childers, Erskine 596, 597
Cimadevilla, Gustavo 757, 955
Cisneros, José 815
Cleaver, Frances 1077
Colle, Royal 715
Connell, David J. 1094
Contreras, Eduardo 458
Cortés S., Carlos Eduardo 766

D

David, Karina C. 421
Deane, James 821
Dervin, Brenda 637
Díaz Bordenave, Juan 192, 197, 201, 220, 637, 638, 640
Dissanayake, Wimal 433, 436, 437
Dorfman, Ariel 99, 102
Downing, John 1103

E

Escobar, Arturo 963, 1176

F

Fals Borda, Orlando 523
Feek, Warren 861, 1267
Feliciano, Gloria D. 176
Figueroa, María Elena 834
Flores Bedregal, Tèresa 826
Fox, Elizabeth 373
Fraser, Colin 786
Fuenzalida Fernández, Valerio 932, 1003
Fuglesang, Andreas 377, 378

G

Galindo Cáceres, Jesús 844
García Canclini, Néstor 905
Gerace, Frank 127
Gerbner, George 485
Getino, Octavio 98
Girard, Bruce 1337, 1373
Gonzaga Motta, Luis 419
Gray-Felder, Denise 1160
Gumucio Dagron, Alfonso 536, 1040, 1308
Gutiérrez Pérez, Francisco 440, 442, 444
Guttman, Nurit 1189

H

Habito-Cadiz, María Celeste 650
Hamelink, Cees J. 391, 1302
Hedebro, Göran 282
Hornik, Robert C. 565
Huesca, Robert 637, 748, 842, 1115
Hudson, Mark 729
Hunt, Jim 1160

J

Jamias, Juan F. 185
Jayaweera, Neville 509

K

Kaplún, Gabriel 736
Kaplún, Mario 246
Kincaid, D. Lawrence 834
Kivikuru, Ullamaija 616
Kluitenberg, Eric 951, 957
Kothari, Uma 1221
Krohling Peruzzo, Cicilia M. 1169

L

Lázaro, Hernando 127
León, Osvaldo 1154
Lewis, Gary 834
Lie, Rico 1247

M

MacBride, Sean 307
Malan, C. W. 915
Marí Sáez, Víctor Manuel 1345
Marques de Melo, José 278
Martín Barbero, Jesús 285, 287, 288, 289, 538, 974, 1224, 1296
Masilela, Sipho 632
Massoni, Sandra Hebe 851
Mattelart, Armand 99, 102, 981, 1199
McAnany, Emile 138, 325
McKee, Neill 610
Mefalopulos, Paolo 1148
Melkote, Srinivas R. 608
Mody, Bella 194, 1198
Moemeka, Andrew A. 641
Mohammadi, Ali 692
Mowlana, Hamid 553
Mwakawago, Daudi 491

N

Nordenstreng, Kaarle 180
Nwuneli, Onuora N. 614
Nyamnjoh, Francis B. 801, 1278

O

Obregón, Rafael 793
Opoku-Mensah, Aida 1063
Opubor, Alfred E. 1054
Ó Siochrú, Seán 1337, 1375

P

Parks, Will 1160
Pasquali, Antonio 60
Pavlic, Breda 386, 390
Pereira G., José Miguel 836
Prieto Castillo, Daniel 293, 294, 653

Q

Quarry, Wendy 708
Quebral, Nora C. 107, 459

R

Raboy, Marc 1321
Ramírez, Mina 497
Ramírez, Ricardo 1326
Ramonet, Ignacio 1190 , 1260
Rani, Manju 834
Reguillo, Rossana 1008
Restrepo-Estrada, Sonia 786
Reyes Matta, Fernando 358
Riaño, Pilar 679
Richeri, Giuseppe 563
Robinson, Scott S. 1351
Rodríguez, Clemencia 1130
Rogers, Everett M. 200
Röling, Niels 560, 561
Román, Raúl 863
Roncagliolo, Rafael 502
Rosario-Braid, Florangel 295

S

Saik Yoon, Chin 1034, 1038
Sarlo, Beatriz 387
Scalway, Thomas 994
Schiller, Herbert I. 190, 191
Schmucler, Héctor 499
Schramm, Wilbur 81
Servaes, Jan 465, 1230
Shah, Hemant 866
Shingi, Prakash M. 194
Sierra, Francisco 1360
Singhal, Arvind 993
Slim, Hugo 655, 661
Smythe, Dallas W. 232, 236
Solanas, Fernando E. 98
Somavía, Juan 231
Sonderling, Stefan 773
Sreberny-Mohammadi, Annabelle 692
Storey, J. Douglas 939

T

Tamayo, Eduardo 1154
Teer-Tomaselli, Ruth 977, 986
Thomas, Pradip 667, 882
Thomson, Paul 655, 661
Torrico Villanueva, Erick R. 856
Tufte, Thomas 1012, 1017

U

Ugboajah, Frank Okwu 124, 475

V

Valbuena, Víctor 338, 577
Voth, Donald 1071

W

Waisbord, Silvio 823
Wang, Georgette 436, 437
White, Robert A. 583, 1152
White, Shirley A. 674
Wilkins, Karin Gwinn 866, 872, 1195, 1208
Wilson, Laurie J. 553
Williamson, H. Anthony 712

Z

Zutter, Pierre de 343, 349

Antología de Comunicación para el Cambio Social

Tomo II Lecturas contemporáneas