

# Comunicación para el Desarrollo en América Latina: ¿Tiene aún sentido?

María Elena Hermosilla

Escribir sobre comunicación para el desarrollo me obliga a repasar mis propias experiencias profesionales en comunicación rural, derechos de las mujeres, recepción activa de televisión o prevención del consumo de drogas, desde espacios institucionales muy diversos: ONGs chilenas y brasileras, Gobierno, organizaciones sociales. Me hace revisar bibliografía y constatar que los problemas están, una vez más, signados por el encantamiento ante los avances tecnológicos.

Quienes han hecho el balance de esta práctica en América Latina, recuerdan que primero vino la radio, luego los audiovisuales y las televisiones educativas; le siguieron el video y su capacidad de producir imágenes a bajo costo. Hoy, el debate se centra en la tecnología digital y sus aparentemente infinitas posibilidades: internet, medios digitales, las posibilidades interactivas de los infocentros, etc.

En los 60 y los 70 en la Región, cualquiera fuese la tecnología utilizada (a veces, muy precaria, como un boletín mimeografiado o papelógrafo) o el actor que iniciase la intervención (cooperación internacional, gobierno o sociedad civil), el objetivo de la comunicación para el desarrollo era educar (alfabetizar, informar sobre los temas más diversos, capacitar técnicamente, etc.) a 'otros', los sectores pobres que carecían de acceso al conocimiento o a la instrucción formal.

Cualquiera fuese la motivación (cambio social, solidaridad, beneficencia, programa gubernamental o religioso), un agente externo emitía mensajes para los pobres, los oprimidos, los sin educación, los marginados, los campesinos, los 'pobladores', los trabajadores. Más adelante, la tarea se hizo más sofisticada; se pretendía cambiar la mentalidad de los subdesarrollados por una más moderna, más propicia al desarrollo.

## ¿Qué desarrollo?

En octubre de 1970, poco después de la elección de Salvador Allende como Presidente de Chile, aterricé por primera vez en París, invitada a participar en un coloquio del gobierno francés sobre 'Utilización de medios de comunicación en operaciones de desarrollo.' Título por sí mismo sugerente: la comunicación concebida como 'medios' y el desarrollo como

'operaciones', es decir, programas o proyectos 'desde afuera'. El primer día del encuentro entre los invitados ya fuimos formulando la pregunta inevitable : '¿de qué desarrollo nos están hablando?'

Incómoda pregunta para franceses que trabajaban como cooperantes agrícolas en ex colonias francófonas, como Senegal o Costa de Marfil, o en proyectos de modernización rural en regiones pobres de su país. Para franceses que, a dos años de haber estado a punto de descubrir 'arena de playa bajo los adoquines de París' y en momentos en que los líderes de mayo 68 aún eran juzgados, se movían con discreta cautela. Lo mismo ocurría con los participantes brasileños, cuyo país padecía una férrea dictadura.

Para mí, chilena de la Unidad Popular, la pregunta sobre el modelo de desarrollo tenía una y simple respuesta: cambio total de estructura, revolución. Con los años, el derrumbe de los regímenes socialistas, la transformación del mundo en aldea interconectada y unipolar, la emergencia de nuevos conflictos y reivindicaciones como los ambientales y de género, la instalación del neoliberalismo y la pauperización creciente de las grandes mayorías urbanas en la Región, pero sobre todo, la dolorosa experiencia del golpe militar, la dictadura de Pinochet y la compleja transición a la democracia, me han hecho, como a muchos y muchas, aprender a complejizar las preguntas y sus hipotéticas respuestas.

A percibir los matices, a valorar experiencias que no se pretenden totalizantes y a reconocer los aportes de grupos y sujetos, en el pensar y en el hacer. Sobre todo, a no dar 'recetas'. Pero en ese momento, todo lo que pareciera 'reformista', me parecía irrelevante: nosotros estábamos cambiando el mundo y la historia.

Para cerrar la historia de París, en el coloquio, los latinoamericanos vimos y mostramos largas horas de films educativos y 'diaporamas', tan en boga en esa época; oímos decenas de programas de radio; visitamos programas de comunicación rural y casas de la cultura en barrios periféricos.

En esas experiencias había riqueza y algunas tendencias comunes, como la valoración de la modernidad como modo de vida deseable que se percibía en los mensajes, la intención de traspasar conocimientos prácticos o teóricos útiles a la gente y el entusiasmo por experimentar con las más nuevas tecnologías. En algunas, había también un respeto por las culturas de los destinatarios, una búsqueda creativa de lenguajes adecuados a las distintas realidades y el genuino propósito de estimular la participación de la gente en la comunicación y en la comunidad , sobre todo en los programas de radio.

Al no discutir temas de fondo, no se relevaron dos elementos en común de las experiencias de

entonces. Por una parte, la ingenua convicción de los emisores que sus destinatarios eran 'audiencia cautiva'; es decir, que recibían solo comunicación pro desarrollo sin ninguna referencia temática ni estética al sistema de medios predominante en cada país. Por otra, se trataban de mensajes 'graves', es decir, en general carecían de recursos de entretenimiento.

## Cambio en el contexto

Mirando en retrospectiva, no cabe duda que el escenario de este tipo de comunicación en América Latina ha cambiado dramáticamente en las últimas décadas. También los paradigmas con los que ésta se conceptualiza, las tecnologías utilizadas y también los lenguajes.

Tomando el ejemplo de mi país, 'la gente', los marginados, los desposeídos, a quienes la comunicación pretendía contribuir a 'desarrollar', han cambiado sus condiciones de vida. La población rural se ha reducido de un 20 a un 13,4 % en diez años. El analfabetismo, aunque en teoría, prácticamente no existe; la educación obligatoria, ha crecido a 12 años como mínimo garantizado por ley. El promedio de escolaridad de cada chileno es de 9.2 años. El problema actual no es de acceso sino de calidad.

La TV cubre el 100 % del territorio nacional y para 15 millones de habitantes, hay 11 millones 400 mil celulares y 3 millones de conexiones a internet. Los pobres viven en la periferia de las grandes ciudades y siguen siendo marginados, pero son pobres con TV y celular, por tanto, con acceso a la información. Han surgido nuevos problemas, como la contaminación ambiental, la violencia intrafamiliar, el SIDA, el consumo de drogas y la delincuencia. Y la 'escandalosa' brecha entre ricos y pobres, según declaración textual de los obispos de la Iglesia Católica, y el déficit de ciudadanía, siguen siendo dos graves carencias.

Sin querer ser pretenciosa, me pregunto ¿qué de toda aquella comunicación con vocación educativa es rescatable? ¿Hay un futuro para la comunicación para el desarrollo en América Latina?

## ¿De qué comunicación estamos hablando?

En los 70 ya la pregunta acerca de la comunicación era bastante compleja. En Chile, dos autores, Freire y Mattelart, dejaron 'sin piso' no solo a las nociones rudimentarias y tradicionales de comunicación que aprendíamos en las escuelas de periodismo, sino también a los programas gubernamentales y de ONGs que utilizaban la comunicación como extensión de

la técnica y el conocimiento (en agricultura, salud, alfabetización, autoconstrucción, 'desarrollo de la comunidad').

Freire, lo hizo con su comunicación entendida como diálogo y la educación como una toma de conciencia de la realidad a través de la problematización del hombre en sus relaciones con el mundo y con los demás hombres. Por ejemplo, la extensión rural, por su carácter antidialógico, constituiría una invasión al espacio histórico-cultural de los individuos a los que se pretende educar.

Mattelart desde el pensamiento crítico marxista, desnudaba a los funcionalistas norteamericanos y sus teorías de la comunicación. Los contenidos de los medios masivos estaban impregnados de ideología dominante; las televisiones educativas de América Central (donde participó el mismísimo Wilbur Schram) y otras experiencias difusionistas de utilización de medios en educación no podían escaparse de su sino ideológico.

Ambos autores tuvieron una enorme influencia intelectual y también práctica; muchas cosas que hicimos o dejamos de hacer llevan su impronta. El movimiento de comunicación popular en América Latina, con todo su desarrollo y los aportes teóricos y prácticos de grandes nombres como María Cristina Mata, Mario Kaplún y Alfredo Paiva llevan inscrito en su ADN el espíritu freiriano, su concepción de comunicación como proceso de humanización y la educación como práctica de la libertad.

En la Región, el movimiento de denuncia de la hegemonía ideológica del norte sobre el sur, la globalización y el poder de las transnacionales de la comunicación como herramienta de dominación cultural y la lucha por un nuevo orden de la comunicación, tienen la huella de Mattelart.

La noción tradicional de comunicación como 'agitación y propaganda' que esgrimían los partidos de izquierda en los 70, nos parecía también paradójicamente 'difusionista' y no resistía análisis a la luz de ambos autores, que no solo pensaron y escribieron en Chile, sino que participaron activamente en iniciativas de comunicación. También nos hacían cuestionar nuestras propias prácticas de comunicación popular y para el desarrollo.

Las décadas siguientes fueron fructíferas en avances en los estudios y el cambio de paradigmas de la comunicación. Con humildad, aprendimos de grandes nombres como Renato Ortiz, Néstor García Canclini, Rosa María Alfaro, Muniz Sodré y del mayor de todos, Jesús Martín Barbero. Volvimos la mirada a las culturas, a sus diversidades y mestizajes; a sus relaciones con la influencia de los medios, a los sujetos y a los grupos. Fueron décadas en que creamos instituciones en la sociedad civil, escribimos, investigamos, pero mayormente tuvimos una intensa práctica comunicacional en el mundo popular.

Desde el punto de vista de la comunicación educativa, es imposible no reconocer la contribución de ALER, CIESPAL y Radio Netherland en la reflexión y capacitación de muchos comunicadores latinoamericanos en estrategias educativas y participativas.

## La comunicación para el desarrollo

El boliviano Luis Ramiro Beltrán dice que la comunicación para el desarrollo es 'en esencia, la noción que los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico'.

Hace un matiz, cuando la diferencia de la 'comunicación de apoyo al desarrollo', a la que considera una actividad planificada y organizada –sea o no masiva – como un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos de instituciones que propician el desarrollo.

Define una tercera categoría, como 'comunicación alternativa para el desarrollo democrático', que entiende como expandir y equilibrar el acceso de la participación de la gente en el proceso de comunicación tanto a niveles masivos como a los de base. Agrega que el desarrollo debe asegurar además de beneficios materiales, 'la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría'.

En otro artículo, profundiza el análisis de aquellas décadas y engloba bajo ese mismo 'paraguas' conceptual a la comunicación popular, alternativa, la horizontal y al Nuevo Orden Informativo Internacional. Es decir, a la gran mayoría de las prácticas comunicativas de los sectores progresistas en los 80 y los 90. En el caso chileno, sería poner en un mismo paquete experiencias tan diversas como los boletines populares poblacionales agrupados por la Red de Prensa Popular.; a las revistas de oposición a la dictadura, como Apsi o Análisis, a las radios educativas de la Iglesia Católica y a los trabajos de ILET y CENECA.

A mediados de los 90, Rosa María Alfaro publicó en Lima, para celebrar los 10 años de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, un libro que despeja dudas y desarma estereotipos, abre nuevos horizontes a la comunicación para el desarrollo y valora el aporte que pueden hacer los medios masivos. 'Una comunicación para otro desarrollo' conceptualiza la comunicación como relación, reconoce el valor educativo de la información para la vida de los sectores populares (lo que en las investigaciones de CENECA en Chile simultáneamente estábamos constando) y más aún, al reflexionar sobre el rol de la comunicación en el diálogo y articulación de actores en una sociedad compleja y diversa como la peruana, le atribuye gran importancia a la educación desde los medios masivos, señalando que es necesario intervenir en

los éstos en una línea de desarrollo desde una perspectiva comunicativa.

Alfaro afirma que hay que relacionarse con la opinión pública que se forma como corriente de consenso y que la valoración que otorgan los medios a aquello que hacen público es un objetivo fundamental del desarrollo: 'valoración de la propia palabra, especialmente de los sectores oprimidos, populares, mujeres, jóvenes, etnias y minorías'.

La comunicación para el desarrollo vendría siendo un aporte al ejercicio de fortalecimiento de la ciudadanía de los sujetos y grupos y una educación para la democracia, esa asignatura tan pendiente en la mayoría de los países de América Latina. Saber escuchar para poder hablar a otros; la tolerancia en la pluralidad; agudizar la capacidad de comprender a quienes son diferentes escuchando sus mensajes porque nos competen y pueden aportarnos a la vida y al desarrollo; expresar opinión desde los problemas vividos, testimonios de los actores de los procesos sociales. Son los aprendizajes que podemos realizar en la relación entre medios, mensajes y públicos.

Desde otro punto de vista, también en los 90, Valerio Fuenzalida, al preguntarse sobre la validez en la Región de las TV educativas o culturales en sentido restringido, y a partir del estudio de los significados educativos que construyen los receptores de los mensajes televisivos que no tienen la intención de educar ('aprendo aunque no enseñe'), propone otro tipo de comunicación para el desarrollo, más ligada a la mejoría de la calidad de vida de las grandes mayorías que a la educación más estructurada. Y propone la utilización de géneros masivos y populares, como los magazines y las telenovelas. La piedra angular del modelo es poder crear los mecanismos de interacción entre las TV públicas y las necesidades educativas en sentido amplio de las audiencias.

Estos dos autores demuestran que en los 90 se abrieron nuevos y diferentes horizontes, a la práctica comunicativa con objetivos educativos, que no buscan complementar la educación escolar y que parten de las propias necesidades y sentidos que construye la gente en torno a los mensajes de los medios masivos. Aportes al fortalecimiento de la ciudadanía y a la mejoría de la calidad de vida de las grandes mayorías son demandas que explican por qué en el siglo XXI, y en plena Sociedad de la Información, aún luchamos por democratizar los sistemas de medios en América Latina, que entendemos como 'plazas públicas' donde se construyen opiniones y consensos que nos permitan avanzar y de los cuales esperamos aportes de servicio público. Sin desmerecer la contribución que puedan hacer las nuevas tecnologías, lo cual es motivo de otra discusión.

## Bibliografía

1. Alfaro, Rosa María. Una comunicación para otro desarrollo. Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, 1993, 131 p.

2. Baltra, Lidia. Rompiendo el aislamiento campesino. Santiago, ICECOOP Serie Documentos, 1987, 260p.
3. Beltrán, Luis Ramiro. Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación sucinta al cabo de 40 años. Discurso pronunciado en IPAL, 1993.
4. Beltrán, Luis Ramiro. Comunicación para el desarrollo en América Latina: un recuento en el contexto de la Sociedad de la Información. Ponencia presentada al Congreso Iberoamericano de Comunicación, Universidad de Buenos Aires, del 12-16 de julio, 2005.
5. Diaz Bordenave, Juan; Martins de Carvalho, Horacio. Comunicação e planejamento. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979, 148p.
6. CIESPAL. Comunicación popular alternativa (varios autores). Serie Monografías N° 3. Quito, 1983, 206 p.
7. Freire, Paulo. Extensão ou comunicação. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979, 98 p.
8. Fuenzalida, Valerio; Hermosilla, María Elena. Visiones y ambiciones del Televidente. Santiago de Chile, CENECA, 1989, 290 p.
9. Gomez, Ricardo; HUNT, Patrik y otros. Simposio Latinoamericano y del Caribe: las tecnologías de información en la sociedad. México, 1999. Telecentros en la mira, ¿cómo pueden contribuir al desarrollo social?.
10. Martín-Barbero, Jesús. Procesos de comunicación y matrices culturales. Itinerario para salir de la razón dualista. México, Gustavo Gili, 212 p.
11. Mattelart, Armand. El marco del análisis ideológico (y otros artículos). En: Revista del Centro de Estudios de la Realidad Nacional, CEREN N° 3 especial. Santiago, Universidad Católica de Chile, 1970.
12. Prieto Castillo, Daniel. Voluntad de verdad y voluntad de espectáculo. Quito, CIESPAL Serie Monografías. Quito, 1984, 250 p.
13. Servaes, Jan. Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. In: Temas y problemas de Comunicación, Año 8, vol. 10, 2000. Universidad Nacional de Rio Cuarto (Argentina). Pgs. 7-54.

María Elena Hermosilla es periodista chilena, magister en Comunicación, ex Presidenta de la WACC/AL, autora de libros y artículos sobre Comunicación y Género y Recepción Activa de TV. Ha sido Jefa de Comunicaciones del Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM); en la actualidad, a cargo de las comunicaciones de CONACE, prevención y tratamiento del consumo de drogas, Gobierno de Chile.