

EL CASO AFRICANO

Frank Okwu Ugboajah

INTRODUCCION

De cuando en cuando nos llenamos la boca con la "Cooperación Sur-Sur". ¿Pero qué sabemos siquiera de lo que acontece en otros lugares? Más allá de generalidades y suposiciones gratuitas sobre el "Tercer Mundo", ¿qué conocemos o siquiera nos interesa conocer acerca de experiencias de comunicación e investigación que se están desarrollando? ¿Qué se piensa y trabaja en otros lugares sobre sentido, necesidades, métodos y caminos investigativos? ¿Qué hay sobre formación, apoyo documental, recursos institucionales para la investigación en comunicaciones? ¿Qué podemos aprender de experiencias similares y disímiles?

Los artículos que siguen nos han parecido valiosos para los lectores de CHASQUI. Aunque cada uno tiene su estilo y temas propios, ambos dan interesantes pistas informativas y ojalá despierten curiosidad por conocer y aprender algo más de las comunicaciones y su investigación en otras latitudes. Se podrá constatar no sin cierta sorpresa -dadas las obvias y poco ponderadas diferencias socioculturales- que hay problemas concretos e inquietudes básicas recurrentes en la investigación de las comunicaciones aquí y allá.

El artículo de Crispín Maslog apareció en *Media Asia*, 11:2, 1984, p. 67-75 (Singapur: AMIC) bajo el título de "Communication research in Asia: impressions and intuitions". El de Frank Ugboajah es un documento presentado a la última Conferencia Anual del IIC-Instituto Internacional de las Comunicaciones (Berlín Occidental, 9/1984). Además de haberlos traducido, soy responsable sobre todo por los recortes hechos a cada original. (Eduardo Contreras Budge).

La "communication research" como modelo de desarrollo socioeconómico llegó a Africa en los sesenta en respuesta fundamentalmente a la obra del eminente Wilbur Schramm, *Mass Media and National Development* (1964, UNESCO). En dicha obra Schramm había sobrevalorado a los medios masivos como agentes del desarrollo para cualquier país tercermundista en busca del cambio. La investigación africana toma así un dudoso punto de partida al basarse en modelos y conceptos exógenos tales como "el paso de la sociedad tradicional", "medios masivos y desarrollo", "urbanización", "modernización", "occidentalización", "adopción de innovaciones", etc.

Para desenmarañar y salir de las asfixiantes enredaderas teóricas de los males y el deterioro provocados por la dependencia, hay cuatro estrategias de comunicación de importancia en el contexto africano: 1) Hay que reconocer el hecho que la mayoría de los africanos vive en áreas rurales y que los africanos no son parte aún de la "aldea global". 2) Debemos examinar los roles y efectos adecuados de nuestro ambiente comunicativo dentro del contexto de objetivos y actividades de desarrollo, 3) Los investigadores deben concentrarse en diversas modalidades y estilos de comunicación, los valores que subyacen a diferentes estructuras de comunicación y las restricciones inherentes o impuestas a sistemas de comunicación. 4) Hay que lograr confianza y capacidad (reliance) en el desarrollo regional de la investigación en comunicaciones.

Los símbolos de la comunicación que ameritan estudio y adaptación en el

ámbito africano son aquellos que poseen relevancia cultural y contextual. Si en los EE.UU. se pueden enfatizar los símbolos televisivos, en Nigeria el énfasis estaría en medios orales (**oramedia** o 'mediorales').

Los "mediorales" son medios comunitarios, esencialmente rurales, que mueven a la comunidad a hacer cosas. Son de la comunidad y permiten participación de todos. Entre sus rasgos: orales, verbales, humanos, espirituales, naturales, efectivos, basados en sistemas de creencias. Normalmente son mediados por personas. Incluyen el mercado, la corte del jefe, los bazares, asociaciones, compañías de teatro, centros de culto, adivinos, los **mullah**, el sastre ambulante, el catequista de aldea, etc.

En Nigeria, los "mediorales" han sido útiles en la administración del gobierno local, la organización de iglesias, el desarrollo de la comunidad y la organización de partidos políticos en la base. También fueron muy importantes en la organización de los movimientos políticos por la independencia. Luego, son muy valiosos para una movilización política rápida.

Las ventajas de los "mediorales" no han sido plenamente identificadas en el contexto africano, pese a la decadencia de los paradigmas dominantes del desarrollo que sobreestiman a los grandes medios. Hace falta investigación para políticas que reconozcan sus posibilidades como fecundadores del desarrollo y como importante recurso nacional. Sin embargo, el dejar de lado los grandes medios no es una propuesta válida. El énfasis investigativo estaría en cómo adaptarlos o reorientarlos, en especial a la radio, de modo que respondan a los contextos de las estructuras socioculturales africanas. Hay que hacer un esfuerzo integral para que las élites políticas y los agentes elaboradores y decisores de políticas reconozcan la necesidad de integrar estrategias relevantes de comunicación en políticas y planificación, y para que comprendan que cada paso del desarrollo tiene una dosis de información.

Hay grandes desafíos para los investigadores de la comunicación de África (y del Tercer Mundo) respecto a qué direcciones tomará la investigación para responder a las cuestiones fundamentales y recurrentes del desarrollo. En general, en África hay pocos institutos de comunicación bien organizados y pocos investigadores. En parte, esto se debe a lo nueva que es la disciplina en el continente y en parte, a la falta de coordinación entre los institutos de investiga-

ción existentes, así como a la falta de confianza de la élite política hacia las universidades. Hay así una brecha creciente entre políticas de comunicación e investigación, planificación e implementación del desarrollo.

Un grupo de expertos africanos recomendó en una reunión auspiciada por UNESCO (1981, Nairobi) que para racionalizar y coordinar los esfuerzos de investigación en comunicaciones, se estableciera un Centro Africano de Investigación y Documentación de la Comunicación (ACRDC). Tal centro "promovería la investigación en comunicaciones, ampliamente definida como un enfoque multidisciplinario que se concen-

tra en procesos sociales de compartir la información, y que incluye no sólo a los medios masivos tecnológicos sino también a los medios grupales e interpersonales populares (**folk**)". Tal centro sería el más adecuado para enfrentar los problemas de la investigación. El ACRDC debería estimular la colaboración regional en el campo de la investigación en comunicaciones, capacitar personal, diseminar informes de investigación, colaborar con COMNET (ECB: la red de documentación en comunicaciones de la UNESCO), y realizar un esfuerzo mayúsculo para disminuir el abismo existente entre la investigación y las políticas de la comunicación en el desarrollo africano.



IMPRESIONES E INTUICIONES EN ASIA

Crispin C. Maslog

En 1973, Gloria D. Feliciano resumía así la investigación en comunicaciones en Asia: 1) historia y desarrollo de los medios; 2) comunicadores y receptores de mensajes; 3) estudios de comunicación para el desarrollo. Agregaba en 1974 que aquella se orientaba a prensa y periodismo, estaba influida por el Occidente y era multidireccional (1).

A inicios de los setenta, como una década luego de su introducción al Asia, la investigación en comunicaciones era aún un campo joven, lleno de problemas tales como 1) falta de investigadores profesionales capacitados, 2) falta de recursos y medios, 3) débil apoyo de disciplinas sociales conexas, 4) baja prioridad para el desarrollo de los medios por los gobiernos y 5) falta de conciencia pública sobre lo que la investigación en comunicaciones podía hacer por el bien público.

Los temas de estas investigaciones no eran relevantes para el desarrollo, salvo en los campos agrícola y comercial, y sus metodologías eran generalmente pobres. Había poca coordinación entre investigadores e instituciones de investigación en la región, lo cual llevaba a duplicaciones y falta de direccionalidad en los proyectos de investigación.

Ya para 1976, Feliciano acotaba que:

"La investigación en comunicaciones ha comenzado a demostrar su utilidad para programas de desarrollo al llamar la atención hacia lo que los medios pueden contribuir al proceso de cambio en tanto iniciadores, legitimadores y facilitadores"(2).

El Dr. John Lent (3) agregaba en 1977 que, aunque todavía acosada por numerosos problemas, la investigación en comunicaciones en Asia había avanzado mucho en la última década. Ha habido un crecimiento cuantitativo en investigación comunicativa generada en Asia. La bibliografía comprensiva de Lent (1975) contiene unos 15.000 items; el Suplemento 1977 tiene unos 13.000, aunque no todas las obras identificadas sean "*investigación*" en el sentido más estricto.

Situación actual

Una fuente de información sobre el estado de la investigación en comunicaciones en la región es la publicación de AMIC, **Directorio de Instituciones de Comunicación de Masas en Asia** (4). Según la última edición (1981), en 16 países listados hay 143 institutos de comunicación de masas de los cuales 115 hacen investigaciones. A partir de los datos del directorio, pueden hacerse estas generalizaciones:

1.— Los estudios sobre medios, que eran el área más popular de inves-

tigación, están siendo opacados por estudios de mensajes. De 670 estudios listados, el 43 por ciento son sobre mensajes y el 35 por ciento sobre canales; 63 estudios son sobre audiencias y 60 sobre comunicadores.

2.— De los estudios de medios o canales, los más eran sobre medios escritos/prensa/periodismo (327 o 48 por ciento). Sobre medios de difusión había 69, y 43 sobre medios educacionales.

3 — Respecto a métodos, el más común en Asia hoy parece ser el estudio de caso (271 o 40 por ciento de los 670 listados). Los surveys llegan a 89. Parece ser que el método de encuestas por muestreo, que era el más popular en Asia, está decayendo. Aún hay escasez de estudios metodológicos, aunque parece haber una mejoría general en la calidad de la metodología de la investigación en comunicación de la región.

ECB: (El autor pasa luego revista al desarrollo de la investigación en siete países de la región, basándose en un seminario de AMIC de 1982, sección que se omite en esta versión; ver en todo caso nota 5).

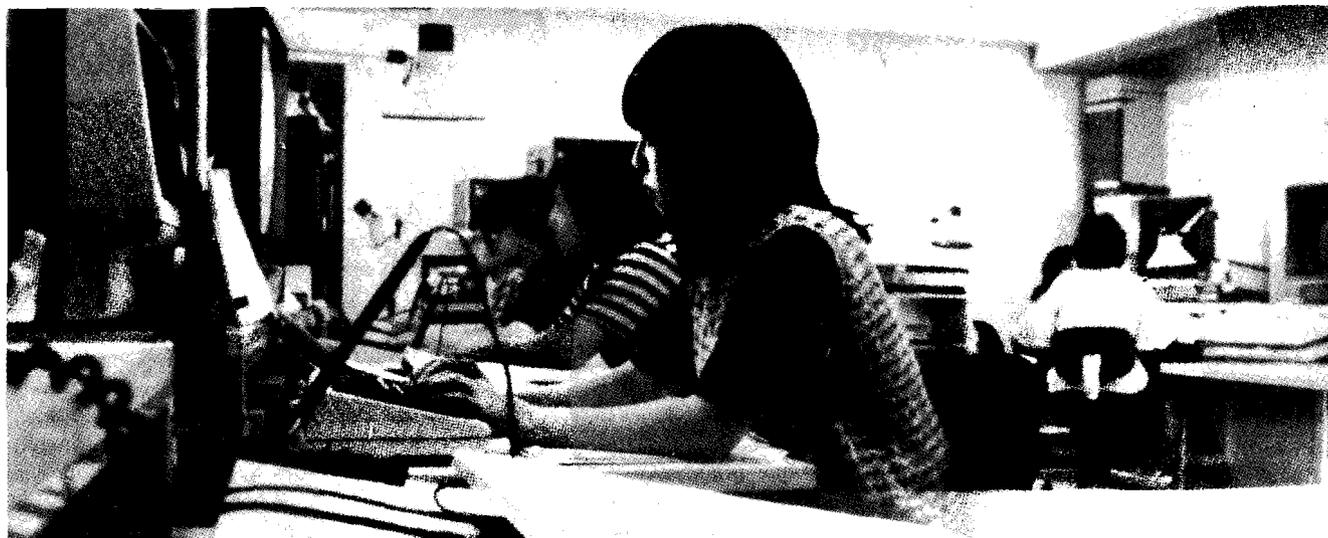
La institución que ha tenido mayor peso en el crecimiento de la investigación en comunicaciones en Asia ha sido precisamente AMIC (**Asian Mass Communication Research Information Center**), fundada en 1971 en Singapur, con financiamiento de la Fundación Friedrich Ebert de la República Federal de Alemania y apoyo del Gobierno de Singapur. Las contribuciones esenciales de AMIC han sido: 1) estímulo a la producción de investigaciones mediante conferencias, simposios, seminarios y ta-

lleres; 2) diseminación de resultados de investigación mediante sus publicaciones (monografías, documentos, bibliografías, ponencias e informes de conferencias y **Media Asia**); 3) promoción de la recolección e intercambio de investigaciones mediante su centro de documentación y 4) mediante su liderazgo, ha encontrado financiamiento y coordinado investigaciones en la región y ha "*ven-dido*" la idea de investigar a autoridades de gobierno y personeros de la comunicación.

La UNESCO también ha sido muy activa. Su presencia se ha hecho sentir en financiamiento, planificación, motivación, coordinación e identificación de necesidades en la investigación en comunicaciones. Su labor pionera en áreas tales como planificación de la comunicación, políticas nacionales de comunicación, medios comunitarios y el nuevo orden (NOIC) se ha concentrado en diversos proyectos en Asia.

Aunque sólo semi-asiático en cierto modo, el **East-West Center's Communication Institute** de Honolulu también ha promovido la investigación. Sus énfasis actuales están en sistemas y políticas de telecomunicaciones, sus efectos socioculturales; sistemas de diseminación y utilización del conocimiento; recursos profesionales e institucionales para la enseñanza de las comunicaciones y sus impactos; estudios nacionales en Indonesia sobre la introducción e impacto de la televisión.

Otras instituciones regionales que han contribuido son la **Press Foundation of Asia** (Manila) y los diversos institutos nacionales afiliados a ella; el **Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development** (Kuala Lumpur) y la **Communication Foundation for Asia** (Manila). Y entre las instituciones nacionales, está el



Instituto de Comunicaciones de Masas de la Universidad de las Filipinas en Metro Manila (UP-ICM). Fundado en 1965, y uno de los pioneros en el área, Lent lo ha descrito como "la piedra angular de la investigación en comunicaciones del sudeste asiático" (3).

Problemas y Necesidades

Subsiste el problema de la metodología de la investigación. Esto ha sido confirmado reiteradamente por investigadores asiáticos (como Gunaratne y Feliciano) y expertos extranjeros (como Lent). Puesto que la disciplina de comunicación de masas se originó en el Occidente, en donde la mayoría de los investigadores de Asia se capacitó, es comprensible que la investigación inicial usase metodología occidental. No hace falta elaborar la tesis que la mayoría de dichas metodologías son inapropiadas en las culturas asiáticas, y deben modificarse para adaptarse a las condiciones locales. Sin embargo, se han hecho muy pocos esfuerzos a la fecha por desarrollar y refinar métodos de investigación asiáticos.

Otro problema es la falta de coordinación y direccionalidad. Venga de donde venga ésta, existe la necesidad de fijar prioridades y evitar la duplicación, derrochadora de esfuerzos investigativos. En muchos países asiáticos, la ausencia de una meta global nacional de investigación deja la iniciativa a universidades privadas y organizaciones interesadas que tienen sus propias prioridades. El resultado es una multitud de estudios duplicados, multidireccionales y escasamente significativos que no permiten la acumulación de un cuerpo general de conocimientos.

Un tercer problema es la falta de apoyo moral y sobretodo financiero para investigadores asiáticos por parte de sus propios países. Aun le está tomando mucho tiempo a los gobiernos asiáticos apreciar el rol de la comunicación y de la investigación en el desarrollo nacional. En general, las instituciones privadas no apoyan la investigación. Los comunicadores profesionales, en general, aun permanecen escépticos ante los investigadores, a los cuales consideran muy académicos. La mayoría de aquellos aun no pueden concebir a la investigación como una herramienta que les pueda ayudar en su profesión.

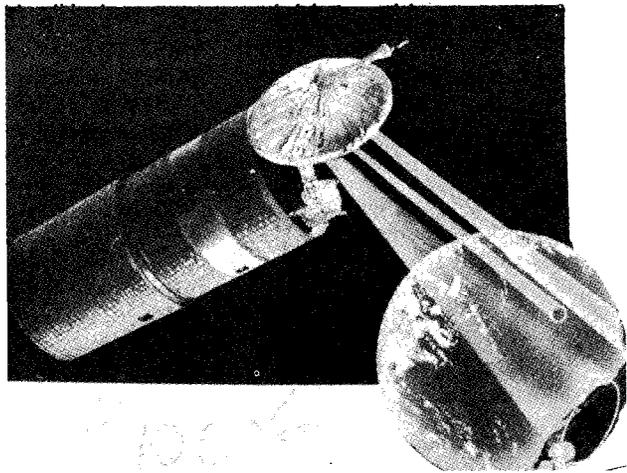
Un cuarto problema es el no compartir la información investigativa. Gracias a AMIC este proceso ha variado, pero aun subsiste entre los investigadores la tendencia a acaparar datos de investigación. L. Rao y L. Lim escribían en 1974 que "Nuestra actitud (como asiáti-

cos) hacia el intercambio de información parece ser un asunto de egoísmo y unilateralidad, en el cual extraemos lo que se pueda del sistema sin pensar en la necesidad de incorporar al sistema la información que podríamos aportar". (6).

Recomendaciones

Para finalizar, deseo referirme a problemas y brechas pendientes. Estas son mis intuiciones sobre direcciones futuras:

1.— Parece claro que ha habido poca, si no ninguna, acumulación sistemática de conocimientos a partir de los estudios de comunicación hechos en Asia. Una primera prioridad parece ser recolectar los datos de investigación existentes, reanalizarlos y organizarlos, escribirlos en formas utilizables para di-



versos públicos, y ver si acaso llegan a constituir una teoría asiática de la comunicación. Entonces podremos ver dónde están las brechas teóricas, y hacer más investigaciones para rellenarlas.

Por ejemplo, estaríamos en condiciones de producir volúmenes sobre cómo comunicarse con el agricultor asiático o sobre investigaciones para mejores periódicos, periodismo para el desarrollo, periódicos comunitarios, medios populares (*folk*), principios de comunicación interpersonal en Asia, o manuales de comunicación para diversos funcionarios públicos.

2.— Una segunda prioridad es la elaboración de materiales instruccionales para los institutos asiáticos de formación e investigación que podrían producirse a partir de todos aquellos datos de investigación. La mayoría de los materiales disponibles hoy son caros e irrelevantes porque provienen de fuera de las culturas asiáticas. Hay quejas sobre todos esos datos de investigación que se están desperdiciando o acumulando pol-

vo en archivos. Este sería un modo de usarlos.

El próximo paso es identificar posibles áreas de investigación:

1.— **Medios Comunitarios:** Tales medios parecen ser el camino para dar acceso y participación. ¿Qué formas deberían asumir la propiedad, organización y participación? ¿Cuánto cuesta iniciarlos y operarlos? ¿Qué fuentes de apoyo posible hay? ¿Hay que estudiar casos exitosos de medios comunitarios.

2.— **Nuevas Tecnologías:** Hay que anticipar su impacto. ¿Cómo conciliamos la función de comunicación masiva de los satélites con los medios comunitarios? ¿No agravarían tales tecnologías la invasión cultural de Asia por la cultura occidental?, etc.

3.— **Flujo de Información:** Aunque hay evidencias sobre su carácter desequilibrado, hay que estudiar cómo remediarlo. La economía es un factor fuerte, sin duda: los países ricos tienen los medios para producir y diseminar sus películas, programas y noticias. ¿Pero hay que comprarlos? ¿Por qué nos gusta más "El Hombre Araña" que nuestros héroes locales de TV? ¿Por qué los editores asiáticos prefieren publicar noticias del occidente en vez de noticias de sus vecinos en Asia? ¿Cuáles son los valores periodísticos de aquellos?

4.— **Perfiles de Uso de Medios:** ¿Cómo usa la gente los diversos medios? ¿Cuáles para información, entretenimiento, educación? ¿Cuáles son más creíbles? ¿Qué pasa con el medio impreso frente al avance de los electrónicos? ¿Estamos desarrollando una nueva generación de iletrados informados -gente analfabeta que se informa por radio o TV? ¿Cómo afectan a la juventud contenidos tales como sexo, violencia, publicidad a través del tiempo?.

5.— **Impacto Integral:** Sabemos ya que la comunicación es sólo uno de los factores que influye en la gente. Siguiendo a Halloran (7), no se puede estudiar a los medios aislados de otras instituciones y del contexto social mayor.

6.— **Comunicación y Cultura:** Puesto que los países de Asia están conformados por diversas culturas, razas y religiones, ésta es un área urgente. Los factores culturales están en el proceso de comunicación y hay que comprenderlos.

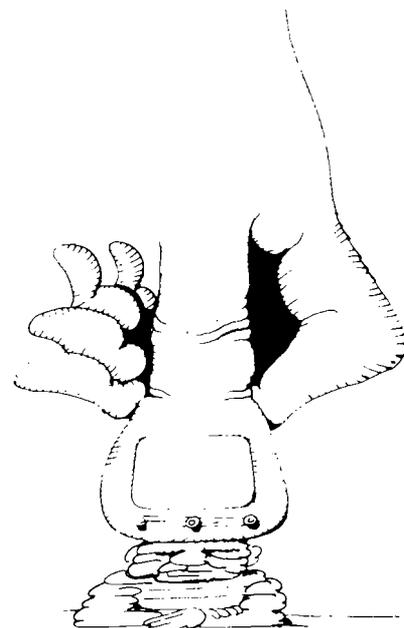
7.— **Economía de los Medios:** Señalado ya como prioridad en la Conferencia AMIC de 1982 (5), esto incluye estudios de factibilidad para diversos medios, cómo deberían administrarse y financiarse, sistemas alternativos de apoyo financiero.

8.— **Investigación para Políticas:** Hay necesidad tanto de investigación para políticas (para proveer de información a los responsables de ellas) como de investigación orientada hacia políticas, de modo de proporcionar datos que posibiliten sistemas alternativos, nuevos valores y criterios independientes para resolver los problemas principales de la comunicación de nuestros tiempos.

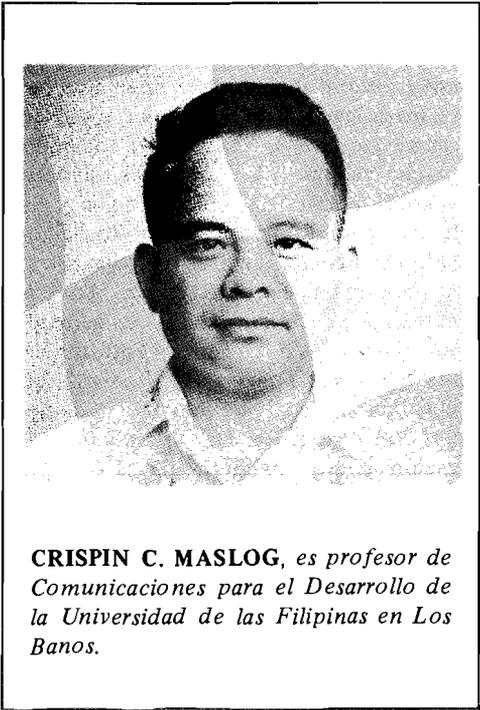
Estas son algunas de mis impresiones e intuiciones. No son ni todas ni las definitivas, pero pueden ser la base para un debate inteligente sobre la situación y las perspectivas de la investigación en comunicaciones en Asia.

NOTAS:

- 1.— Gloria D. Feliciano, (1973) "An Overview of Communication Research in Asia: Status, Problems and Needs", Honolulu: Papers of East - West Communication Institute, No. 6; y (1974) "The Status of Mass Communication Research in Southeast Asia", in *Philippine Journal of Communication Studies*, UP-IMC, Metro Manila, September, p. 64-76.
- 2.— "Communication and Development in Southeast Asia, 1964-1974", in Wilbur Schramm and Daniel Lerner, *Communication and Change: The Last Ten Years—and the Next*, Honolulu: University Press of Hawaii, 1976, pp. 191-203.
- 3.— John A. Lent, "Mass Communication Research in Southeast Asia: Recent Trends and Developments", ponencia a la Conferencia de Estudios del Sudeste Asiático, Nov. 22-26, 1977, Kota Kinabalu, Sabah, Malasia. Lent cita aquí de sus obras, *Asian Mass Communications: A Comprehensive Bibliography*. Philadelphia: School of Communications and Theater, Temple University, 1975; y *Asian Mass Communications: A Comprehensive Bibliography*. 1977 Supplement, mismo editor, 1978.
- 4.— *Directory of Mass Communication Institutions in Asia*, AMIC, Singapur, 1981.
- 5.— Se trata del Seminario AMIC "Prioridades en Investigación en Comunicaciones en Asia", cuyos documentos han sido publicados en Sarath Amunugama y Abdul Rahman b Mohd Said, (eds.), *Communications Research in Asia*, Singapur: AMIC, 1982.
- 6.— Y. V. Lakshmana Rao and Lena U Wen Lim, "Research and Practice in Mass Communication in Asia: Doing and Understanding", *Studies on Broadcasting*, Tokyo: NHK, 1976, p. 120.
- 7.— James D. Halloran, "The Need for Communication Research in Developing Countries", *Media Asia* Vol. 7 No. 3, p. 137.



FRANK OKWU UGBOAJAH, *Doctor en comunicaciones (U. Minnesota), es Director del Departamento de Comunicaciones de la Universidad de Lagos, Nigeria. Se interesa especialmente en medios tradicionales y populares. Es autor de diversos estudios (en particular sobre comunicaciones en Nigeria) y miembro de consejos editoriales de varias revistas internacionales de comunicación.*



CRISPIN C. MASLOG, *es profesor de Comunicaciones para el Desarrollo de la Universidad de las Filipinas en Los Baños.*

