

PLANIFICACION, COMUNICACION, DESARROLLO.

El propósito de este número de CHASQUI, es el de presentar un marco teórico-conceptual de la planificación de la comunicación en función del desarrollo.

La centralidad predominante de estos conceptos, nos obliga a decantar el sentido en que se emplea el término "comunicación", y el término "planificación". En otras palabras, es imprescindible comenzar por matizar cómo la comunicación puede afectar la planificación y cómo, a su vez, la planificación puede afectar la comunicación.

La tecnología de la planificación parece haber alcanzado un considerable nivel de confiabilidad. El conocimiento científico de la comunicación ha superado, al menos, los estrechos límites del empirismo e intuición de pasadas generaciones. Sin embargo, la claridad relativa de las dos disciplinas disminuye notablemente cuando se entrelazan y emergen, en unidad funcional, como planificación de la comunicación.

Efectivamente, para algunos, planificación de la comunicación significa la racionalización del uso de los medios de comunicación colectiva, principalmente la radio, televisión y prensa, para despertar en la población actitudes favorables a una determinada política de desarrollo o para conseguir la cooperación y movilización popular en la implantación de un programa específico a nivel sectorial.

Para otros, en cambio, la planificación de la comunicación, supone el crear condiciones sociopolíticas que faciliten la participación de la población en todo el proceso de la planificación.

Los primeros consideran a la comunicación como apoyo de la planificación; los segundos como parte integrante de ella. El primer concepto circunscribe la comunicación a la utilización de los medios de comunicación colectiva para enviar un mensaje elaborado en el aislamiento de los centros de decisión hacia un receptor pasivo; el se-

gundo, engloba toda la gama de la comunicación humana que se inicia en el diálogo interpersonal y termina en la difusión de un mensaje colectivo, fruto de un flujo constante y bilateral intercambio de información.

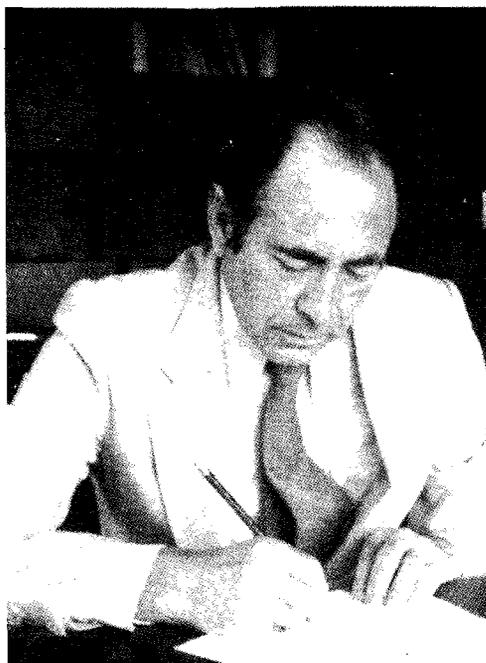
La tarea se torna todavía más árdua si consideramos las divergencias existentes en torno a otro término base del triángulo en cuyo vértice rematan los dos anteriores: el término desarrollo.

Mientras para unos el desarrollo es la totalidad de las acciones emprendidas para orientar a una sociedad hacia la consecución de un conjunto ordenado de condiciones de vida colectivas e individuales, que se estiman deseables con respecto a determinados valores que integran a la persona humana, para otros el desarrollo es un proceso espontáneo o dirigido de crecimiento económico permanente, que genera una mayor producción de bienes y servicios; que facilita su máxima distribución; que incentiva el consumo y motiva el ahorro y la inversión a un ritmo constante acelerado. Clave para este modelo de desarrollo es la inversión, la tecnología avanzada, la sofisticación en la estructura y técnica de mercado. Su éxito se mide por el incremento de la producción, la distribución y el consumo.

Para los países en vías de desarrollo, esta segunda definición es cuestionable. En ellos, la marginalidad, a veces alcanza y, otros, supera el 50 por ciento de su población. Pero como una de las notas características del marginado es su incapacidad de ahorro, en consecuencia, su incapacidad de inversión, la definición en cuestión se aplicaría sólo a los estratos más altos de la población, acentuando aún más la acumulación de la riqueza e impidiendo la nivelación del ingreso.

Se acepte o no al mérito de esta crítica, lo cierto es que en torno al desarrollo, cabe ofrecer diferentes alternativas que redundarán, necesariamente, en diferentes concepciones de planificación y comunicación.

Hay que configurar una visión global de la comunicación, examinando sus políticas actuales y futuras para traducirlas en planes dirigidos a conseguir una mayor participación de la población en los asuntos políticos, económicos y sociales.



Dr. Luis E. Proaño

Por último, la planificación, si no ha de perderse en vano alarde, teórico, se ve obligada a encarnarse en un determinado tipo de sociedad, sea para apuntalar su estructura, sea para cambiarla.

Las sociedades latinoamericanas sufren y se debaten bajo una doble polaridad constrictiva: la una, hacia afuera, que marca la dependencia externa, signo de neocolonialismo, la otra hacia adentro, que subraya la dominación y explotación económica de la gran mayoría de su población.

La decisión por el cambio o la conservación de esta estructura social delimita el alcance y sentido de la planificación y obstaculiza o libera el flujo de la comunicación. La decisión por la conservación parece inclinarse más a un modelo de planificación y comunicación directivo, monádico, enlastrado y vertical; la decisión por el cambio encaja mejor con un modelo pluridimensional, participativo, diádico, abierto y horizontal.

En el plano existencial y fenomenológico, múltiples son las contradicciones y conflictos que causa el desarrollo tecnológico de la comunicación.

Se dice, por ejemplo, que el derecho a la libertad de información puede convertirse en invasión lacerante de la vida privada, que el excesivo énfasis en el consumo de objetos suntuarios puede desvirtuar una política coherente y realista de desarrollo autogestionado; que la dedicación casi exclusiva a proveer entretenimiento degenera fácilmente en escapismo improductivo como mengua de una educación permanente; que como los sistemas de comunicación colectiva requieren, cada vez más, ingentes capitales para montar su infraestructura y mantener su operación, se produce un lógico fenómeno de propiedad monopólica que suscita la pasividad y frustración de los perceptores frente al mensaje interesado de una minoría que posee los recursos para bombardear actitudes y valores de una mayoría

silenciosa; que como las ideas, expresadas en palabras e imágenes vivas, puedan dar la vuelta al mundo instantáneamente, el derecho de dispensar y recibir información se transforma, en los pueblos destituidos de instrumentos tecnológicos avanzados y recursos humanos especializados, en sólo libertad para recibirla, convirtiéndolos en el blanco de un sutil neocolonialismo cultural que erosiona su cohesión nacional.

El riesgo que paraliza la acción conduce al estancamiento o a sucumbir inerte ante las amenazas del medio. Urge, por lo tanto, el configurar una visión global de la comunicación, examinando sus políticas actuales y futuras para traducirlas en planes dirigidos a conseguir una mayor participación de la población en los asuntos políticos, económicos y sociales; a acrecentar sus conocimientos teóricos y prácticos; a hacerle consciente de sus propios valores para cimentar su identidad cultural y nacional.

A pesar de haber crecido gigantescamente, la ciencia de la comunicación se halla en grave desamparo frente a la claridad y eficiencia metodológica de la planificación. Su forma de conocimiento tiene la peculiaridad de no llevar a consecuencias directa o claramente útiles. Se podría decir que es un conocimiento estricto pero no exacto.

Quizá por eso la comunicación y planificación flotan distantes de una a otra, moviéndose cada cual según su propia deriva.

Las consideraciones que anteceden nos han obligado a concebir nuestro trabajo como una tarea de inventario, de crítica y sistematización que nos obligue a poner, en su contingente pluralidad, una articulación y, bajo su conjunto, un cimiento que sustente la unidad armónica de la comunicación y planificación.

