**COMUNICACION EN TIEMPOS DEL COLERA****10**

Cólera, deuda externa y pobreza van juntos. Comunicadores y medios, en una gran alianza, ayudan a suavizar el desastre.

Heidrun Graupner, Roberto Ampuero Espinoza, Carlos Vidal Layséca, Lucía Lemos, VOA, Luis Rivera, Juan Aguilar, Maurizio Manocci, Ana María Vásquez, Olga Marín, Juan Esteban Calle, Daniel Raffo, Wilman Sánchez.

COMUNICACION Y DESARROLLO**52**

El conjunto de organismos de Naciones Unidas, ONG's, otras instituciones y los expertos, consideran a la comunicación como fundamental para el desarrollo de los pueblos.

Anisur Rahman, Marco Ordoñez, Luis Eladio Proaño, Luis Rivera- UNICEF, FAO, NOVOSTI, Yash Tandon, Gino Lofredo.

**DECANOS DE CARRERAS DE COMUNICACION**

Entrevista a Federico Iglesias, Universidad de Puerto Rico, por *Juan Braun* **42**

Entrevista a Margoth Ricci, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, por *Hernando Bernal* **46**

ORGANIZACIONES DE COMUNICACION	2	ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
EUROPA	4	NUEVAS TECNOLOGIAS	8
AFRICA	5	LIBROS	99

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI.

Carta del editor

Cólera. La séptima pandemia coincide con un retroceso pavoroso en los niveles socio-económicos de los latinoamericanos. Ya hay 260 millones de pobres. Y cada día son más.

Los medios de comunicación han sido muy eficaces en evitar una alta mortandad. Sus mensajes de prevención han llegado a todos los rincones. Y el trabajo puerta a puerta de los trabajadores a nivel de base, fue y es excepcional.

Pero pocos medios de comunicación, muy pocos, se animan a confrontar las causas que producen la pobreza, el cólera. Y a gritar...¡Basta! ¡No más! Sin eliminar

las causas, el cólera seguirá. Y nuestros pobres-pobres tendrán que seguir pagando la deuda externa. Eso sí, con cólera.

¿Qué hacer? Soñar un poco. Soñar mucho. Volver al mundo de las utopías. Fantasear que algún día los medios de comunicación del Norte y del Sur, estarán al servicio de la causa de los necesitados, los más débiles, los más pobres. Que la comunicación sea para el desarrollo.

¿Se hará realidad? Sí. Dentro de mil años.

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Ma. del Carmen Cevallos, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania); Humberto López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Luis Rivera (Puerto Rico). **CONSEJO DE ADMINISTRACION DE CIESPAL:** Presidente, Tiberio Jurado, Universidad Central del Ecuador; miembros

regulares: Marco Encalada, UNP; Fernando Chamorro, UNESCO; Flavio de Almeida Sales, OEA; Rubén Astudillo, Min. Relaciones Exteriores; Rodrigo Rangles, Min. Educación; Louis Hanna AER; Alba Chávez de Alvarado, Universidad Estatal de Guayaquil. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Darío Donoso, Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS, Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania. Apartado 17-01-584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 502-487.

FAO: Experiencias

FAO es una de las primeras agencias de las Naciones Unidas que reconoce la importancia de la comunicación. Ya en 1969 estableció la Subdirección de Comunicación para el Desarrollo. El artículo es exclusivo para CHASQUI.

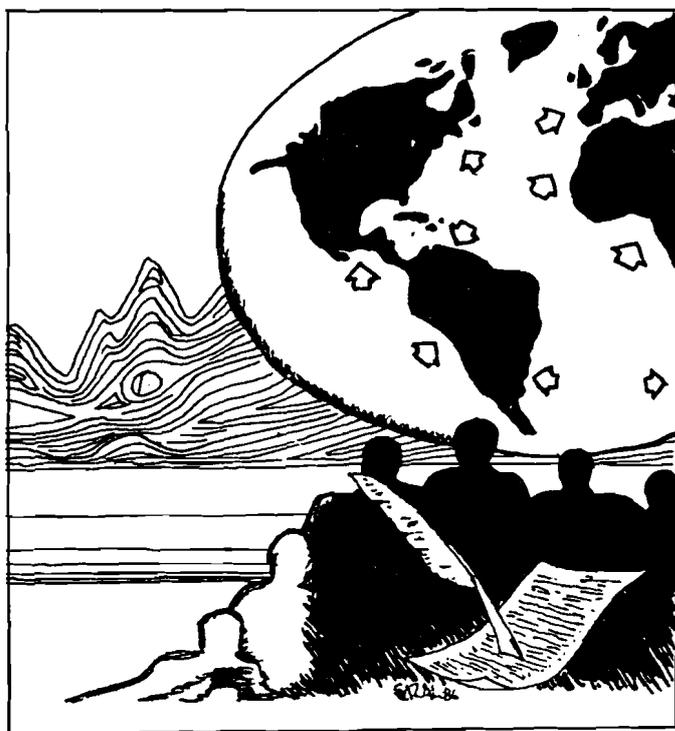


Foto: Dellis Arturo Cazal

Los enfoques del desarrollo rural cambiaron a través de los años mientras se veía que muchas iniciativas no lograron el impacto que se esperaba de ellas. Era evidente que había una confianza excesiva en la llamada "transferencia de tecnología" para lograr el desarrollo. Más aún, se reconoció que existía una tendencia a simplificar los problemas de desarrollo y a subestimar las tradiciones, valores y cultura campesinos.

Casi ninguna atención se prestó para averiguar y entender las aspiraciones de la población local, directamente afectada por los resultados. No se pensó si la tecnología y la infraestructura podían ser útiles y adecuadas a las necesidades reales del campesino; y ni por un momento, se pensó que el campesino podría no aceptarlas.

No es extraño entonces, que tantos proyectos de desarrollo hayan fracasado. Muchos son los ejemplos: Los sistemas de irrigación no se aprovecharon e incluso fueron abandonados; queda solo la huella de los esquemas de desarrollo que construyeron caminos e hicieron crecer magníficas cosechas solo durante la época del proyecto; las excelentes granjas de demostración fueron ignoradas por las gentes del lugar; tasas de mortalidad horribles a pesar de los servicios de primeros auxilios a lo largo y ancho de una región. Los padres no estaban convencidos de vacunar a sus hijos; poblaciones hostiles causaron daños a las

infraestructuras de los proyectos porque nadie les informó de las acciones de desarrollo.

Gradualmente, se plantearon enfoques que involucrarían a la población en el planeamiento e implementación de actividades de desarrollo orientadas en su apoyo. Se reconoció cada vez más que la comunicación juega un rol crucial en el desarrollo, para ayudar a la población rural a adquirir conocimientos y habilidades y promover el intercambio de información en y entre todos los niveles de personas involucradas en una intervención de desarrollo.

COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

Dentro de este contexto el concepto de Comunicación para el Desarrollo aparece formalmente en el sistema de las Naciones Unidas. FAO reconoce la importancia de la nueva disciplina y en 1969 establece la Subdirección de Comunicación para el Desarrollo, de la Dirección de Información. Su tarea será la de atender a los Gobiernos Miembros en la planificación e implementación de los programas de Comunicación Rural.

El mandato para una comunicación en apoyo al desarrollo rural fue reforzado por la Conferencia Mundial sobre Reforma Agraria y Desarrollo Rural en 1979, donde se enfatizó la participación del campesino pobre, quien no solo debe compartir los beneficios del desarrollo, sino que debe también compartir la res-

ponsabilidad en la toma de decisiones.

La Conferencia concluyó que: "Las estrategias para el desarrollo rural solo podrán realizar todo su potencial a través de la motivación, la participación activa y organización a nivel de los pobres del campo, con énfasis especial en los de menos posibilidades, en la conceptualización y diseño de políticas y programas y en la creación de instituciones administrativas, sociales y económicas, incluyendo cooperativas y otras formas voluntarias de organización para implementar y evaluar dichos programas y políticas.

A la luz de este enfoque, si se quiere que las estrategias de desarrollo tengan éxito, deben buscar engendrar "entendimiento y oportunidades de la población rural de todos los niveles y mejorar la interacción entre el personal para el desarrollo y las masas a través de un sistema de comunicación eficiente". En efecto, "esto significa que ninguna estrategia de desarrollo estará completa a menos que se incorporen políticas y actividades de comunicación en el diagnóstico de las necesidades y en el diseño e implementación de prioridades seleccionadas para la acción de desarrollo".

UNA EXPERIENCIA DE MAS DE VEINTE AÑOS

Las actividades de la Subdirección de Comunicación para el Desarrollo de la FAO, comienzan sin ideas preconcebidas, sin dogmas, de una manera pragmática, aprendiendo de los errores, como tam-

bién de las experiencias positivas. Las técnicas de comunicación se aplicaron en forma creativa, tomando en cuenta la realidad de las zonas rurales, las necesidades de sus gentes y promoviendo una tecnología de comunicación que fuera adecuada a las condiciones económicas y sociales del área rural sin la dependencia tecnológica de los países industrializados. A través de los años se han promovido algunas experiencias particularmente innovadoras e interesantes.

La capacitación en las zonas rurales es una condición **sine qua non** del desarrollo. El problema radica en cómo llevar a cabo esta capacitación en forma efectiva y económica en la escala masiva que se requiere. Fue a mitad de los años setenta, durante la búsqueda de cómo llevar información y capacitación al campesino, cuando el Perú emprendió una experiencia con el apoyo de la FAO, buscando con la participación campesina una metodología que reuniera todos los elementos que la comunicación para el desarrollo exige. La capacitación no se limitó al mejoramiento de habilidades técnicas: Implicó la toma de conciencia personal sobre diferentes nociones generales que conllevan cambios de actitud para elevar y mejorar las condiciones de vida.

EL PROYECTO PERUANO

CESPAC, se fue compenetrando más y más con los grupos marginados de la sierra y en particular con su agricultura de subsistencia; también con el conocimiento y la práctica campesina tradicional. Este conocimiento histórico, empírico y tradicional que ha permitido la supervivencia de pueblos durante siglos, no podía dejarse de lado; debía ser analizado rigurosamente y junto con el conocimiento moderno y científico, llevarse de nuevo al campesino. El sistema de capacitación rural debía encargarse de ello, dirigiéndose al campesino en su propio idioma y con imágenes que reflejaran su propia realidad.

Cualquiera que fuera el medio de comunicación, debía tomar en cuenta las necesidades y condicionantes del Perú; es decir, tener un nivel tecnológico apropiado para su asimilación en el país; ser económicamente viable, ser útil en zonas remotas y soportar el transporte por caminos inimaginables. El sistema de capacitación debía considerar el alto nivel de analfabetismo y los diversos idiomas; el contenido de los programas debía basarse en las necesidades de los campesinos; es decir, la información debía de tener un valor de uso.

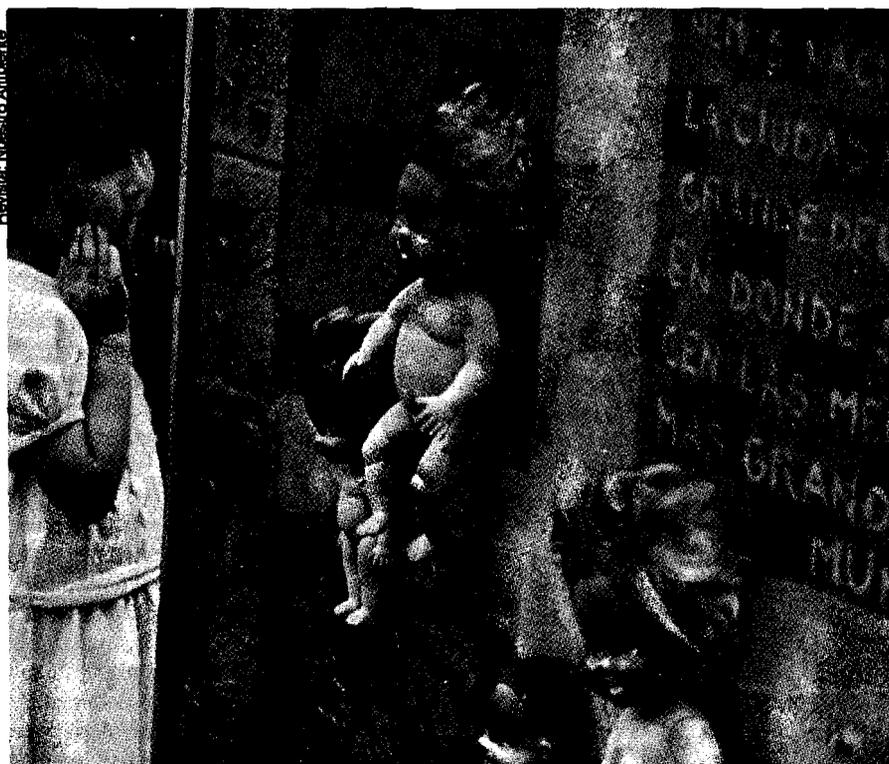
PEDAGOGIA AUDIOVISUAL

Todas estas apreciaciones y consideraciones fueron englobadas en una metodología que se denominó Pedagogía Audiovisual. Se basa en el dicho "lo que escucho, lo olvido; lo que veo, lo recuerdo; lo que hago, lo conozco". El trabajo de campo empezó utilizando audiovisuales, pero cuando el video demostró ser el medio más adecuado para esta realidad el proyecto decidió trabajar con equipo sub-profesional de video, a fin de mantener los costos de acuerdo con las posibilidades de un país en desarrollo. Los paquetes pedagógicos están compuestos por programas de video, material gráfico-escrito, guías para el participante y pedagógicas, dialogo, discusión y el trabajo práctico.

Otro de los principios básicos de la metodología fue "recuperar, producir, conservar y reproducir el conocimiento campesino", agregando el conocimiento científico moderno, cuando fuese el caso. Se propuso, para la formación del personal nacional, la "no especialización" (aplicada también en los proyectos que usan el video para el desarrollo rural a los cuales la FAO ha estado asociada). Los "pedagogos audiovisuales" fueron formados para que cada uno de ellos pudiera realizar cualquiera de las etapas de la metodología: La investigación previa, escribir el guión, hacer el registro en el campo, preparar las guías y aplicar los programas con los campesinos, formar personal de otros proyectos y organizaciones. Y como una consecuencia de la no especialización, la producción artesanal.

Se produjeron más de dos mil programas audiovisuales de aproximadamente veinte minutos, programas que cubrieron toda clase de temas: Agrícolas, de salud, nutrición, alfabetismo, población, hábitat, cultura. Esta metodología llegó a 450 mil personas tanto en el área rural como a los suburbios. La evaluación del sistema demostró que el 80 por ciento de los campesinos entrevistados expresaron su satisfacción y pedían más cursos audiovisuales; para demostrar su interés, muchas veces contribuyeron con el alojamiento y la alimentación para los comunicadores que trabajaban en sus comunidades.

Otra prueba de la validez de este trabajo de pioneros realizado en el Perú, es el hecho de que muchos otros países han emprendido proyectos audiovisuales



Pedagogía audiovisual significa: Lo que escucho lo olvido; lo que veo lo recuerdo; lo que hago, lo conozco

Revista: Nuestro Ambiente

toma en cuenta los intereses, necesidades y capacidades de todas las personas involucradas. Los medios de comunicación pueden apoyar este proceso como herramientas importantes y un rol fundamental lo desempeña la comunicación interpersonal".

ACCIONES FUTURAS

Se sentaron lineamientos generales con el afán de reforzar las acciones futuras. Entre los más importantes aparecen los siguientes:

- Como en todas las actividades de desarrollo, la comunicación debe tomar en cuenta las perspectivas de la población rural. Un buen comunicador debe primero y ante todo, saber escuchar.

- La comunicación para el desarrollo se debe incorporar en la etapa de planeamiento y en la programación de los proyectos; de esta manera se logrará la participación de los interesados y la determinación de necesidades comunes al gobierno, campesinos, agencias donantes y trabajadores del desarrollo.

- Tanto los cambios sociales como los procesos educativos toman su tiempo. El componente de comunicación en proyectos de desarrollo o los proyectos de comunicación, requieren de un determinado tiempo para obtener resultados permanentes, demostrar el impacto en la pobla-

ción y crear una base institucional. Debido a que la Comunicación para el Desarrollo es una disciplina relativamente nueva, los proyectos de comunicación empiezan de cero; por lo tanto, el tiempo mínimo de duración que se debe considerar para estos proyectos es de cuatro a cinco años.

El éxito de la Comunicación para el Desarrollo depende de una estrategia bien definida, planificación sistemática y rigurosa administración. La experiencia ha demostrado claramente que rara vez se logra un impacto significativo con el suministro ad hoc de insumos, como la producción aislada de material impreso o audiovisual o el uso de equipo no adecuado.

- La estrategia de comunicación requiere un enfoque global, que abarque los aspectos multifacéticos de la vida rural y se refiera tanto a la producción agrícola como a temas de salud, hábitat, nutrición, población, recursos forestales. La orientación multisectorial, muchas veces es imposible debido a la falta de coordinación de los sectores. La Comunicación para el Desarrollo debe tratar de salir de este círculo vicioso y cubrir todos los sectores que convergen hacia el desarrollo rural integral.

- La Comunicación para el desarrollo

rural requiere una decisión política, con el apoyo permanente del gobierno en todos los niveles. Dado el rol crucial que la comunicación esta jugando en la transformación social y económica de las sociedades rurales, los gobiernos deben dedicar un presupuesto específico para las actividades de comunicación para el desarrollo.

- Es necesario orientar a las instituciones nacionales de enseñanza del periodismo y comunicación, escuelas técnicas de agricultura, extensión y protección del medio ambiente, para que al diseñar su currícula integren la planificación y gestión de la comunicación para el desarrollo.

- En años pasados se enfatizó, en el papel de los medios de comunicación masiva para la transferencia de tecnología, ignorando el rol de la comunicación interpersonal y la tradicional. Una estrategia de comunicación que combine todos los canales y medios de comunicación adecuados, obtendrá sin duda mejores resultados que cuando descansa en un solo medio.

CONCLUSIONES

En síntesis, la Comunicación para el Desarrollo ha adquirido una importancia de primer orden. La comunicación por si misma no podrá lograr el desarrollo rural. Además de compartir el conocimiento con los pobladores rurales, necesita insumos de desarrollo, infraestructura y servicios.

Con la experiencia obtenida hasta ahora y con los lineamientos y la reorientación que la Consulta de Expertos trazó, la Subdirección de Comunicación para el Desarrollo de la FAO esta en condiciones de establecer sus prioridades y de afrontar los retos futuros. ■

REFERENCIAS

El contenido de este artículo fue tomado de los diferentes documentos publicados por la Subdirección de Comunicación para el Desarrollo de la Dirección de Información de la FAO. Estos documentos son:

- Comunicación para el Desarrollo. Consulta de Expertos. Roma, Junio de 1987. Guidelines on Communication for Rural Development.
- Estudios de caso: Creación de la Radio Rural en Mauritania.
- Un sistema de comunicación rural para el desarrollo del Trópico Húmedo Mexicano. Towards putting farmers in control. Communication strategies for rural development: A case study of the use of campaigns in Lesotho.
- Un nuevo enfoque para la comunicación rural: la experiencia peruana en video para la capacitación. Perspectives on communication for rural development.



INTERCOM

Revista Brasileira de Comunicação

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Caixa Postal 20.793 CEP 01498 — Sao Paulo, (SP) BRASIL
Telf. 210.2122 ramal 748