

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA  
Dirección Regional para la Zona Andina  
Programa de Comunicación en Instituciones de Educación Agrícola Superior

## LA FORMACION DE ESPECIALISTAS EN COMUNICACION

Luis Ramiro Beltrán  
Jefe del Programa de Comunicación  
en Educación Agrícola Superior  
Zona Andina - IICA/OEA

Lima, Perú

Junio, 1965.

Beltrán S., Luis Ramiro (1965) **La formación de especialistas en comunicación.** Lima, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA-Dirección Regional para la Zona Andina. 14 p. (Versión revisada del texto de la conferencia que, bajo el mismo título, presentó el autor en el Seminario sobre el Papel de la Comunicación en el Desarrollo Económico, realizado en Santiago de Chile del 26 al 31 de octubre de 1964, con el patrocinio del Programa Interamericano de Información Popular de la American International Association, la OEA y el Ministerio de Agricultura de Chile).

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS Y FORESTALES  
El Centro Regional para la Zona Andina  
Programa de Comunicación en Instituciones de Educación Superior

## LA FORMACIÓN DE ESPECIALISTAS EN COMUNICACIÓN

Este Comité Editorial  
del Programa de Comunicación  
en Educación Superior  
Zona Andina - IICA/OEA

- 
- (\*) Esta publicación contiene una versión revisada del texto de la Conferencia que, bajo el mismo título presentó el autor en el Seminario sobre El Papel de la Comunicación en el Desarrollo Económico realizado en Santiago de Chile del 26 al 31 de Octubre de 1964, con el patrocinio conjunto del Programa Interamericano de Información Popular de la American International Association del IICA de la OEA y del Ministerio de Agricultura de Chile.

La falta de personal adiestrado en comunicación es uno de los problemas más críticos dentro del cuadro general de necesidades de formación profesional para las tareas del desarrollo rural latinoamericano.

Los países americanos necesitan más ingenieros agrónomos, más médicos veterinarios, más peritos agropecuarios y más técnicos de otras ramas de las ciencias biológicas aplicadas a la agricultura.

Pero también necesitan por la creciente división del trabajo en especialidades, profesionales de la comunicación.

No existen lamentablemente en América Latina centros universitarios específicamente dedicados a la formación de profesionales en ciencias de comunicación.

En consecuencia, los programas de desarrollo apelan a los servicios de profesionales - académicos o empíricos - provenientes de diversos ramos de actividad. Una lista tentativa de las fuentes de origen de los actuales comunicadores agrícolas, incluiría las siguientes: el periodismo, la publicidad comercial, la propaganda política, las relaciones públicas, la educación primaria y secundaria, la radioafusión, la abogacía y, por último, la propia carrera de ingenieros agrónomos. Como toda profesión nueva, la comunicación constituye un crisol de distintas especialidades concomitantes, una suerte de refugio intelectual atractivo para personas de distinta formación o experiencia.

Esas personas, en cuanto a sus actitudes respecto de la comunicación y a sus conocimientos sobre la misma, se nutren habitualmente de tres fuentes: la experiencia práctica, el adiestramiento básico de corta duración y la lectura ocasional de la escasa literatura técnica disponible en español.

La formación que así adquieren tiene un fuerte énfasis en el arte de la elaboración de mensajes y en los métodos y materiales de comunicación. Ella deja, generalmente, escaso margen para el estudio científico de la comunicación entendida como un proceso productor de tipos de conducta en el hombre, como individuo y como elemento del compuesto social. Por otra parte, no incluye conocimientos que les permitan hallar soluciones para los problemas de comunicación, mediante la investigación científica de la realidad.

### El "Status" Actual del Comunicador Profesional en Latinoamérica.

Todo ello conforma una evidente situación de desventaja para los especialistas en comunicación en nuestros países. Confinados a tareas auxiliares de instrumentación de mensajes, concentrados en el empleo de métodos, dedicados principalmente a las artes, no han podido alcanzar aún la jerarquía profesional que los haga totalmente respetables a los ojos de los demás.

Esto se traduce claramente en los siguientes indicadores:

- a) baja categoría en los escalafones institucionales,
- b) bajos salarios
- c) inestabilidad del empleo
- d) estrechez de oportunidades para superación
- e) inadecuada consideración por parte de los directores de las instituciones y aún por parte de los demás técnicos y profesionales de la propia institución.
- f) falta de influencia para lograr los recursos humanos y materiales necesarios para mejorar los sistemas de comunicación de sus instituciones.

El cuadro es menos oscuro en algunos casos excepcionales, pero en general, esa es la situación real de los comunicadores agrícolas de América Latina. Y ella es característica del proceso de formación de una profesión.

Tan deplorable situación puede atribuirse, en parte, a que no existe, en los directores de las instituciones encargadas del desarrollo agrícola, una conciencia adecuada sobre la trascendencia de la comunicación como instrumento de ese desarrollo.

Pero también se puede atribuir al hecho de que los especialistas en comunicación no tienen una formación profesional universitaria que los ponga al nivel de los demás especialistas y determine así la jerarquización de sus tareas en sus instituciones.

### Un Reto y una Disyuntiva.

Mientras nosotros no hallemos la manera de corregir esa deficiencia, es muy dudoso que podamos provocar esa toma de conciencia y es muy improbable que podamos escapar a la subestimación profesional, a la subalternización y al estancamiento.

A menos que logremos adquirir una formación de nivel académico en la ciencia de la comunicación, no pocos de nuestros dirigentes tenderán, casi siempre, a continuar considerándonos fotógrafos de ocasión, fabricantes de folletos, proveedores de publicidad periodística y encargados de enchufar proyectores, montar exposiciones y reproducir formularios.

En tanto no haya formación universitaria de comunicadores, será ilusorio aspirar a que lo que hoy es una ocupación mal entendida y mal remunerada, se convierta en una profesión comprendida, respetada y bien cotizada.

A mi modo de ver, esto quiere decir que el propio porvenir, - la dimensión y la perspectiva -, de la actividad que hemos escogido como rumbo en la vida dependerán, en alto grado, de nuestra capacidad para cambiar nuestro modo de enfocar nuestra

propia tarea y para sustituir nuestra actual filosofía del adiestramiento en comunicación por otra más acorde a esas necesidades de superación.

### Una Concepción Superada: la "Transmisión".

Nuestra presente filosofía del adiestramiento en comunicación se deriva de lo que entendemos por comunicación y de lo que entendemos por especialista en comunicación.

En su sentido más amplio y corriente, entendemos por comunicación la transmisión o intercambio de experiencias entre los seres humanos.

Probablemente, ello conduce a pensar que un especialista en comunicación es, más que nada, una especie de experto en el diseño de los mensajes a transmitirse y en el empleo de los métodos, medios y canales a emplearse para efectuar una transmisión. Hemos llevado tal vez tan lejos esta forma de pensar que muchas personas esperan de los especialistas en comunicación que sean, ante todo, técnicos en el uso de los diversos aparatos que existen como instrumentos mecánicos auxiliares del hombre en sus intentos de comunicación. La "ferretería" útil, pero accesoria, adquiere así una desmesurada importancia.

Esa filosofía - esa forma de entender la comunicación y el oficio de comunicar - han determinado que el adiestramiento en comunicación esté exageradamente orientado hacia la práctica de la metodología de la comunicación, con peligroso abandono de la teoría que debe justificar y regir esa práctica.

Actualmente, por las demandas de la realidad y por efecto de nuevas postulaciones teóricas y en virtud de hallazgos de modernas investigaciones, se piensa de otro modo sobre la comunicación y sobre el especialista en comunicación.

### El Nuevo Planteamiento: La Evocación Estimulante.

El Dr. David Berlo,\* Director de la Facultad de Comunicación de la Universidad del Estado de Michigan, expresa esas nuevas formas de enfoque con los siguientes conceptos:

"Este punto de vista - se refiere al de la 'transmisión' - da por sentado que el significado está en las palabras o en otros símbolos y que la comunicación consiste en la transmisión de las ideas de un individuo a otro a través del empleo de esos símbolos. Ello puede caracterizarse como un proceso de arrojar ideas de una fuente hacia una especie de vasija o 'balde', - una película, conferencia, un libro, un programa de televisión o lo que fuere -, y transportar ese balde hasta el destinatario, en cuya cabeza se precipitará luego el contenido del mismo. Dada la premisa

---

\* Discurso reproducido en la revista "Audiovisual Instruction", junio de 1963, EE.UU.

de que el balde contiene los significados, se colige que si uno rellena tal balde con símbolos que tengan el significado correcto, el destinatario entenderá tales significados si es que es inteligente y tiene interés en aprender. El pensamiento filosófico contemporáneo señala lo falaz de tal razonamiento y la investigación sobre comunicación comprueba que el comportamiento provocado por el sistema de comunicación de 'baldazo', por decirlo así, resulta en frecuentes y graves quiebras de la comunicación."

"Los significados - continúa sosteniendo Berlo al igual que otros notorios teóricos e investigadores - no están en los signos, los símbolos no tienen ningún sentido por sí mismos. Los significados están en la gente que emite y recibe esos símbolos o signos. Por tanto, no hay significados 'correctos' para un signo. Sólo hay los significados que la gente quiera asignarles, cualquiera que ellos fueran".

"En concordancia con esto - prosigue Berlo -, no debe enfocarse la comunicación como la transmisión de ideas o información a través del uso de un vehículo o medio portador de un mensaje. Se debe enfocar, más bien, como la selección y emisión de símbolos, signos o señales que tienen la probabilidad de provocar en el destinatario la producción del significado que intenta comunicar la fuente emisora. En otros términos, la intención u objetivo y el estado o situación del destinatario determinan la selección y el tratamiento de las formas del mensaje. Por tanto, la concepción de un mensaje debe partir de una clara definición del objetivo de la comunicación o efecto que busca producir el comunicador y de una comprensión, igualmente clara, de la situación del destinatario a quien se intenta hacer llegar el mensaje. No se puede transmitir significados en los mensajes educativos, los significados deben estar ya en los destinatarios. Todo lo que el educador puede hacer es seleccionar símbolos y estructurar experiencias de tal manera que provoque en los destinatarios los significados apropiados y produzca el recondicionamiento de éstos por aquellos, de modo que generen nuevos significados acordes con las intenciones de la fuente emisora del mensaje."

Es posible aceptar este planteamiento o estar en desacuerdo con él. Pero hay realidades que no podemos negar.

Por ejemplo, es difícil negar que nosotros hemos venido poniendo muchísimo más énfasis, hasta la fecha, sobre los medios y los mensajes de comunicación que sobre los objetivos y los efectos de ella en las personas. Hemos preferido aprender cómo se gobiernan los canales de comunicación, cómo se preparan los mensajes y cómo se operan los aparatos.

### Hacia una Ingeniería del Comportamiento Humano.

En cambio, en nuestra formación profesional, no hemos puesto empeño suficiente en estudiar cómo es que aprende el ser humano, cuáles son sus posibles o probables

reacciones psicológicas ante las propuestas de cambio; cómo se comporta en cuanto miembro de un contexto social; cuáles son los motivos que lo inducen a actuar como actúa, qué puede hacerse para influir sobre su conducta; cuáles son los problemas principales en el área de las intenciones, qué efectos pueden tener sobre las personas, los mensajes y los medios, etc.

Hemos hecho todo eso porque - deliberada o accidentalmente - tomamos nuestra tarea principalmente como un arte de elaborar mensajes y como un artesanato de manejar medios.

La nueva posición equivale, en cambio, a sostener que nuestra profesión es una suerte de ingeniería psicosocial del comportamiento, una ciencia de la generación de tipos de conducta humana.

A mi modo de ver, este es un concepto innovador, tal vez audaz pero no falso. Comparto el criterio de que el experto en comunicación debe, primordialmente, ser un científico social especializado en provocar cambios en el comportamiento de las personas. Sin desestimar la importancia de las artes que lo habilitan para preparar mensajes, para usar medios y para manejar aparatos, creo que estos factores son complementarios a su responsabilidad primordial de saber cómo es la gente y cómo se la puede persuadir y conducir a pensar, sentir y actuar de una cierta manera.

Cualquier otra persona del ramo que acepte tales ideas, tendrá también que llegar a cambiar la concepción misma de su propio trabajo y de la finalidad de su esfuerzo. O sea, todo esto supone una especie de revolución en el concepto de lo que es la comunicación, como proceso, como ciencia, como arte y como profesión, y, por tanto, de lo que es el especialista en comunicación, como profesional.

### Una Nueva Filosofía del Adiestramiento en Comunicación.

Creo que los comunicadores agrícolas de América Latina tenemos que practicar esta revisión radical de conceptos. Y pienso que, cuanto antes lo practiquemos, mejor.

En efecto, me parece que el adiestramiento de especialistas en comunicación debe ahora ser precedido por esta nueva concepción. Tenemos que cambiar de espejo, mudar de imagen. Tenemos que dar un nuevo sentido a nuestra misión y un nuevo curso a nuestra fe y a nuestra vocación.

### Quiénes Necesitan Aprender Comunicación.

¿Qué clase de comunicadores hace falta adiestrar? Por lo menos, dos tipos de ellos: los agentes técnicos de cambio (extensionistas, economistas del hogar, agentes

de crédito, reforma, colonización, cooperativas, etc.); y los especialistas en comunicación, propiamente dichos.

Los primeros necesitan intenso adiestramiento antes de entrar en servicio, o sea, al egresar de los centros de educación superior, y perfeccionamiento cuando ya están en servicio.

Los segundos necesitan adiestramiento aún más avanzado, - general, primero, y especializado, más tarde -, a los más altos niveles posibles.

Es necesario intensificar la formación de estos especialistas para que ellos, a su turno, se encarguen de dar adiestramiento al creciente número de agentes de cambio situados en el agro.

Aparte de ello, todo profesional agrícola debe recibir en la universidad, por lo menos los conceptos básicos de la comunicación, como parte intrínseca de su formación profesional. Esto debe ocurrir independientemente de que el profesional agrícola vaya o no a dedicarse a la investigación, al fomento, a la extensión o a la enseñanza.

#### Diversos Tipos de Especialistas en Comunicación.

Las palabras "especialistas en comunicación" implican diversas posibilidades profesionales. Pueden significar áreas de especialización según los medios preferentemente cultivados por el comunicador; por ejemplo: especialistas en comunicación visual, oral o escrita. Pueden denotar especialidad por tipo de comunicación, según cantidad de público alcanzado; por ejemplo: especialistas en comunicación con individuos, con grupos, con masa.

También pueden tipificarse los especialistas en comunicación según la finalidad que primordialmente persigan y el tipo de público al que pretendan llegar preferentemente. En el caso de la comunicación agrícola, una de las clasificaciones posibles sería la integrada por las siguientes categorías:

- Especialista en Comunicación de Relaciones Públicas . . . . .
- Especialista en Comunicación de Relaciones Internas
- Especialista en Comunicación Científica o de Investigación
- Especialista en Comunicación Popular o de Divulgación.  
(Incluye Extensión, Reforma, Colonización, etc.)

Caben otras clasificaciones y cabe combinaciones de las distintas clases. En todo caso, lo que interesa señalar es que nuestras instituciones necesitan diversas clases de especialistas en comunicación.

Por ejemplo, el Especialista en Comunicación de Relaciones Públicas trabaja para todo el público, en general y tiene por finalidad principal la promoción institucional, la obtención del apoyo público a la institución y su obra.

El Especialista en Comunicación de Relaciones Internas tiene por público a todo el personal propio de la institución. Tiene por finalidad establecer lazos de entendimiento y coordinación entre administradores y técnicos y entre jefes y subalternos para el logro de los objetivos institucionales.

El Especialista en Comunicación Científica o de Investigación tiene por público a los técnicos de la institución dedicados a la experimentación científica y a colegas de aquellos ubicados en otras instituciones con programas de investigación semejantes: su finalidad es la de promover una circulación adecuada, un intercambio eficiente de información profesional entre esos técnicos.

El Especialista en Comunicación Popular o de Extensión, tiene por público al agricultor y por finalidad conectar al técnico con el lego, hacer llegar información sobre la realidad del campo hacia las estaciones experimentales y las jefaturas de programas de acción, y hacer llegar la información tecnológica producida por esos órganos hasta los campesinos que la necesitan para vivir mejor y producir más.

Todos esos especialistas son necesarios, en diverso grado y en distintas cantidades. También son indispensables algunos "generalistas". Para organizar adecuadamente el adiestramiento en comunicación, tenemos que definir previamente, qué tipos de especialistas necesitamos aproximadamente, en qué cantidades y en qué períodos.

Las decisiones sobre cuántos comunicadores debe producir el adiestramiento no pueden partir del azar, ni del capricho. Deben ser determinadas por las propias necesidades de cada programa de desarrollo rural, a su vez acondicionadas por la demografía y por la geografía. Además, se debe tomar en cuenta el mercado profesional, la capacidad nacional de absorción de personal adiestrado en condiciones de trabajo remunerativas. De lo contrario, será muy difícil encontrar interesados en estudiar la comunicación como una carrera profesional promisoría.

#### La Responsabilidad de Adiestrar.

¿A quién corresponde la responsabilidad de formar especialistas en comunicación?

En el IICA pensamos que esa responsabilidad es propia de las universidades. Y ellas, salvo rarísimas excepciones, no han hecho virtualmente nada conducente a asumir tales obligaciones. Consecuentemente, algunos de los programas de acción hacen adiestramiento por su cuenta. No me toca juzgar si lo hacen bien o lo hacen mal. Pero si debo señalar que lo que hacen no tiene rango universitario, ni está principalmente dirigido al estudio del proceso y efecto de la comunicación. O sea, es un meritorio recurso de emergencia, un paliativo temporal y parcial, aunque útil. Pero no es una solución definitiva al problema de nuestra "subprofesionalidad".

En el caso de los comunicadores agrícolas, corresponde a los centros de educación agrícola superior la responsabilidad de formar comunicadores profesionales. Esto puede lograrse mediante cursos avanzados en los últimos años académicos. Así, algunos ingenieros agrónomos, por ejemplo, pueden graduarse con especialidad en comunicación. El primer y valioso intento en tal sentido lo está haciendo la Universidad Agraria del Perú, mediante su Cátedra de Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales.

Para otras necesidades de distintos programas de desarrollo, las Escuelas de Periodismo pueden ser los responsables de la formación de profesionales de la comunicación. Esta parece ser la responsabilidad que está adquiriendo la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional del Ecuador.

Las Facultades de Ciencias Sociales y las de Educación son, por supuesto, núcleos naturales para asumir responsabilidad semejante. Tal parece ser el caso de la Universidad de Buenos Aires.

#### Niveles de Capacitación.

Hay, pues, diversas posibilidades de atender la necesidad de profesionalización de los comunicadores. Caben, inclusive, estudios combinados entre distintas facultades universitarias. Pero lo que no puede seguir subsistiendo como único ideal es el adiestramiento de orden subacadémico, la enseñanza superficial y empírica, de muy corta duración, totalmente desvinculada de los centros universitarios. O, si ha de subsistir algo semejante, debe ser reservado para atender necesidades de formación de personal técnico puramente auxiliar.

Hay, por lo menos, cuatro niveles en las necesidades de adiestramiento en comunicación, los que se expresan mediante el siguiente esquema comparativo:

NIVEL DE FORMACION	DURACION DEL ESTUDIO	NATURALEZA DEL ESTUDIO	TIPO DE FUNCION PARA LO QUE EL ESTUDIO HABILITA
Sub-universitario	Variable, cursos cortos.	Enfasis en artes y destrezas de comunicación.	Elaboración de mensajes y manejo de métodos, medios y materiales.
Bachillerato (o Licenciatura) -B.S.-	Cuatro años, previo término de estudios de secundaria.	Artes y destrezas, más una introducción a las ciencias sociales.	Planeamiento y dirección de programas de producción de mensajes y de uso de medios. Realización de estudios sobre públicos y sobre medios. Adiestramiento de personal en artes de comunicación.
Licenciatura (o Maestría) -M.S.-	Un año, previo los cuatro del B.S.	Enfasis en las ciencias, en el proceso, la intención y el efecto de la comunicación. Algo de artes.	Planeamiento y dirección, programas no sólo de producción, sino de adiestramiento al nivel de B.S. y de investigación en el orden de los estudios de campo y los experimentos científicos sobre efectos de la comunicación en el comportamiento de la gente. Producción de textos sobre destrezas.
Doctorado -Ph.D.-	Dos años, previo el año del M.S.	Enfasis total en las ciencias y en el diseño de investigaciones.	Planeamiento y dirección de todo tipo de programa, pero preferentemente de investigación. Dirección de estudios de postgrado. Producción de textos sobre ciencias de comunicación.

### Prioridades de Formación Profesional.

¿Por qué ponerse a formar profesionales con un M.S., o con un Ph.D.? cuando ni siquiera tenemos el nivel de B.S.?

Porque unos pocos M.S. y Ph.D., preparados digamos en el curso de los próximos cinco años, quedarían capacitados para multiplicar la enseñanza al nivel nacional, pugnando por el establecimiento local de estudio de comunicación al nivel de B.S. En cambio, si no contamos prontamente con profesionales de comunicación de esa elevada jerarquía, será muy difícil, si no imposible, que las universidades establezcan estudios al nivel de B.S.

Los programas de desarrollo deberían ejercitar su influencia sobre los centros nacionales de educación superior para que estos asuman su responsabilidad de formar comunicadores profesionales para el desarrollo. Y los centros de educación superior deberían ejercitar presión sobre los organismos técnicos internacionales para que financien siquiera parcialmente estudios inmediatos al nivel de M.S. o Ph.D. para grupos selectos de futuros catedráticos e investigadores de comunicación.

Por supuesto, corresponde a cada institución decidir cuantas personas desea capacitar a qué niveles y para qué plazos, de acuerdo con las necesidades y posibilidades respectivas.

### Apuntes para un "Pensum".

No es factible detallar aquí el conjunto específico de materias que deberían abarcar en la formación universitaria de especialistas en comunicación a los distintos niveles posibles. Pero si parece posible señalar por lo menos algunas de las áreas principales deseables, con carácter general.

Algunas personas son partidarias de eliminar por completo del curso o de los estudios de comunicación las materias relativas a las artes o destrezas. No comparto esa opinión. Creo que, si bien el conocimiento de los aspectos científicos de la comunicación, es el principal, sería peligroso dotar a los estudiantes de nociones puramente teóricas y privarles de los fundamentos del quehacer práctico del oficio.

Por tanto, me parece que - en general - los estudios deberían consignar nociones fundamentales de lo científico y de lo artístico.

En lo primero, serán indispensables nociones básicas sobre psicología, sociología, antropología cultural, economía general y agrícola, métodos de investigación y análisis estadístico.

En lo segundo, serán indispensables nociones sobre las destrezas básicas de redacción, diseño, ilustración (incluyendo dibujo y fotografía), tipografía e impresión.

Por otra parte, el comunicador profesional debería recibir enseñanza sobre las funciones de comunicación: la investigación, el planeamiento, la producción, la distribución, la utilización y la evaluación de comunicaciones.

Por último, el comunicador debería adquirir conocimientos básicos sobre organización de oficinas de comunicación, programación y presupuesto, supervisión y manejo de personal.

### ¿ Quiénes deberían ser los Especialistas ?

Algunas personas piensan que todos los especialistas en comunicación agrícola deberían ser ingenieros agrónomos o profesionales agrícolas equivalentes. Sostienen que puede comunicar mejor el que conoce a fondo la materia a comunicarse que él que no la conoce.

Otros sostienen que no es indispensable conocer la materia a ser comunicada para ser un buen comunicador. Que lo principal es conocer el método de comunicación. Y que, conociendo el método, es posible comunicar bien cualquier materia sin ser especialista en ella.

Los favorecedores de una posición sostienen que ningún dominio de la materia hará que el profesional agrícola tenga la habilidad para escribir que tiene un periodista, la destreza que para pintar tiene un buen dibujante, la habilidad que tiene un fotógrafo.

Quiénes favorecen la posición contraria sostienen que no habrá metodología capaz de superar el desconocimiento a fondo de la materia o mensaje a transmitirse.

En la práctica, ambas soluciones son viables y cada país según sus posibilidades, ape- lará a una, otra, o a ambas.

De todas maneras, sería imposible negar la ventaja que tiene, por ejemplo, un ingeniero agrónomo especializado en comunicación sobre un comunicador agrícola que no sabe de agricultura. Quiénes no son agrónomos deberían empeñarse por tratar de entender siquiera los rudimentos de las ciencias agrícolas, a fin de poder cumplir mejor su misión de comunicadores profesionales al servicio del desarrollo rural.

### La Necesidad de Investigar.

Hablando de enseñanza, debe hablarse de investigación.

Hoy no se concibe que alguien pueda enseñar indefinidamente algo sin aparejar esa enseñanza con la investigación.

Entre nosotros, esto es más necesario que para otros.

En realidad, los programas de desarrollo rural operan a ciegas respecto del destinatario de sus empeños: el campesino.

La investigación científica que hay sobre la naturaleza psíquica y social del campesino latinoamericano es mínima. Es decir, estamos gastando gran cantidad de esfuerzo, dinero, equipo, etc., en tratar de llegar a la gente, sin saber cómo es realmente esa gente.

Esto parecería imposible.

Pero en la práctica, esto es dolorosamente cierto.

Operamos a ciegas. Por palpitos. Por supuestos.

Cualquier enseñanza de alto nivel deberá ir íntimamente ligada a la investigación científica. Esto permitirá a los países contar con elementos capacitados para efectuar investigaciones prácticas útiles para todos los programas nacionales de desarrollo. Además, significará la posibilidad de aportes latinoamericanos a la ampliación y consolidación de la teoría, de la doctrina de la comunicación que debe iluminar la práctica de la misma.

### El Aporte Internacional.

El IICA, en cooperación con la AID y con la AIA, ha proporcionado hasta la fecha, capacitación básica en comunicación a cerca de mil funcionarios de organismos de desarrollo rural de los países americanos, en un lapso de diez años.

Lo ha hecho por atender una premiosa necesidad de emergencia que no podía ser atendida inmediatamente por las instituciones nacionales.

Al efectuar ese adiestramiento, ha promovido en los países la necesidad de que ellos asuman sus responsabilidades de adiestramiento. Así lo han ido haciendo ellos, gradualmente.

Por eso, los programas actuales del IICA excluyen el adiestramiento básico subuniversitario y están principalmente concentrados en cuatro áreas mayores:

Comunicación en Investigación,

Comunicación en Extensión,  
Comunicación en Educación Agrícola Superior y  
Comunicación en Reforma Agraria.

La misión de los comunicadores del IICA consiste, pues, en estimular a las instituciones universitarias nacionales para que establezcan la comunicación como carrera profesional, ofreciendo enseñanza y haciendo investigación. De la universidad debe salir la inspiración para el desarrollo nacional de los sistemas de comunicación.

No existe programa de ayuda exterior que pueda atender la totalidad de las necesidades de formación profesional de cada uno de los países. Las instituciones internacionales, por tanto, deben ayudar a formar profesionales que, luego, sean los líderes del adiestramiento profesional en sus respectivos países, multiplicando así el impacto de esa acción inicial de estímulo.

Ello puede ser resultado de la propia iniciativa del programa. Y, en efecto, ya hay gestiones preliminares avanzadas para establecer en San José, Costa Rica, y en Chapingo, México, estudios de postgrado en comunicación, con carácter interamericano y con participación del IICA, la AIA, la Fundación Rockefeller y los centros universitarios del área.

Se espera que los proyectos alcancen un punto de realización antes de dos años. Pero la presión de los organismos nacionales en tal sentido ciertamente, podría determinar un aceleramiento de esas gestiones.

La Cuestión Capital de la Enseñanza.

Vivimos en un mundo contradictorio. Transitamos por una época excepcional señalada por grandes contrastes y por profundos cambios. De un lado, nos aflige la incomunicación, desde la que denunciara dramáticamente Sartre en "A puerta cerrada" hasta la que consiste en negar a millares de nuestros hermanos el acceso al progreso y la felicidad. De otro lado, nos preocupa la aterradora posibilidad de la sobrecomunicación que nos dejara intuir George Orwell en "1984".

En un extremo del mundo, se queman o votan alimentos mientras en el otro hay criaturas que se mueren realmente de hambre. Mientras millones de seres humanos no saben leer ni las primeras letras, las telecámaras de los satélites artificiales nos transmiten, por casi mágicas señales, los primeros planos del rostro de la luna. Carra y revés.

Es un mundo convulso.

Un mundo en revolución.

Un mundo tan trágico como maravilloso.

Y un mundo en que la comunicación desempeña un papel cada día más determinante en todos los ordenes de la actividad vital.

Que, al formar a los profesionales de esa comunicación, no se pierda de vista nunca el alto sentido-humano, humanista y humanitario - de la comunicación, como apostolado del desarrollo y que no se rehuya la responsabilidad clave de los comunicadores en la incontenible revolución democrática de esta hora de despertar social inigualado que vive la humanidad.