39

COMUNICACION Y MODERNIZACION

SIGNIFICACION, PAPELES Y ESTRATEGIAS

Tesis para el Grado de Magister

UNIVERSIDAD DEL ESTADO DE MICHIGAN

Luis Ramiro Beltrán S.

1968

Inédito y sin revisión del autor, aparentemente hecha en Quito

Con profunda gratitud,
a mis admirados amigos,
maestros y benefactores, los doctores
David K. Berlo,
Armando Samper,
Everett Rogers y
Vincent Farace.
Y a mi madre
y mejor amiga, doña
Betshabe S. v. de Beltrán,
cuyo aliento y abnegado
apoyo hicieron posible
este trabajo.

P R E F A C I O

La publicación de este ensayo en español en forma de libro se debe a una estimulante iniciativa del Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para América Latina y de la Fundación Friedrich Ebert. Aprecio en todo su valor ese interés que se expresó por conducto de Marco Ordóñez y Peter Schenkel. Y, sin embargo, confieso que vacilé un poco antes de acceder a tan gentil invitación editorial.

La duda se debió a que tal vez hubiera preferido que esta monografía de orden general se publicase en estrecha conjunción con posteriores escritos en los que trato el tema con referencia particular a nuestra América.* Más aún, me habría gustado que, al practicarse tal conexión, hubiera quedado consignado el pensamiento crítico que existe hoy en esta región del mundo respecto de lo que, a la luz de su realidad, debe entenderse por comunicación, desarrollo y la relación entre ambos. (Yo mismo he venido revisando algunos de los conceptos a los que me adherí en un principio.) Y, por último, también me habría parecido apropiado que el presente ensayo quedase directamente empalmado con otros trabajos míos de reciente data sobre un crucial tema concomitante: las políticas nacionales de comunicación para el desarrollo. **

Empero, el análisis de la opción articulatoria me indicó que ella no estaba libre de complejidades y que su aplicación iría a tomar considerable tiempo.

---

* Por ejemplo, Beltrán (1970, 1971, 1974)

** Por ejemplo, Beltrán (1975, 1976)

Más que eso, el recurso de ensamble podía presentar, por inversa, la desventaja de inhibir la reflexión creativa independiente -es decir, no contaminada por la específica experiencia latinoamericana- sobre un tema de interés universal para la teoría y la práctica de la profesión, como lo es el de la relación comunicación-desarrollo. Deseché, por tanto, la intención de albergar varios trabajos afines en un sólo libro. Y dí, agradecido, al CIESPAL mi conformidad con la presente traducción que reproduce el texto original del ensayo sin alteraciones ni adiciones.

Creo que, en realidad, puede haber ventaja en que este trabajo se publique por sí solo y tal como fue concebido, cuando, en 1968, lo presenté, en inglés, a la Universidad del Estado de Michigan como requisito para obtener el grado de "Master of Arts". No existía hasta entonces un resumen integrativo y analítico de la principal literatura científica sobre comunicación y desarrollo. Y tal síntesis, entonces y hoy, debe ser útil para que muchas personas en diversos países puedan enterarse en poco tiempo de las ideas y hallazgos de intelectuales precursores en este campo. Por otra parte, tampoco parecía nadie haber intentado hasta aquel año derivar de esa literatura alguna conjugación de tales planteamientos que sirviera, por lo menos, para forjar bases preliminares para la formulación de estrategias de comunicación amoldadas a las estrategias de desarrollo. Estas carencias podrían no tener importancia para los países ya desarrollados pero sí la tenían para aquellos que pugnan por serlo. Valía, pues, la pena -para un latinoamericano comprometido con ambos procesos- empeñarse en lograr el resumen y aventurarse a esbozar algunos planteamientos derivativos de éste. Y eso fue lo que hice.

No importa cuán modesto sea, provisto como ha sido ese punto de partida, algunos colegas podrán concordar con él, seguir adelante y llegar mucho más lejos. Otros podrán discrepar del mismo y sentirse impelidos a formular distintos esquemas. Lo uno y lo otro me complacería mucho. Pero quizás lo más alentador de todo sería que, por haber brindado atención a este sencillo ensayo, algunos dirigentes políticos y algunos planificadores del desarrollo -y no solamente los especialistas en comunicación- se ocuparan en América Latina de un tema que, a mi ver, es trascendental para ella.

L. R. B. S.

CONTENIDO

Página

CUADROS

INTRODUCCION

El Problema

Muchos practicantes de la comunicación, varios científicos sociales y algunos estrategos y ejecutores del desarrollo nacional opinan que:

1. Hay una estrecha relacion de influencia mutua entre la comunicación social y la modernización cultural;
2. La comunicación tiene una gran significación para el desarrollo;
3. La comunicación cumple muchos papeles vitales en el desarrollo;
4. Las estrategias de comunicación deben constituir un componente crucial de las estrategias generales de desarrollo nacional.

Estos supuestos son lógicos y quizás no sea imposible confirmarlos empíricamente. Ya se están acumulando, en efecto, algunas evidencias sustanciadoras de ello. Sin embargo, en general, están disponibles pocas proposiciones teóricas formales acerca de la comunicación para el desarrollo. Además, se han realizado hasta ahora sólo unas cuantas investigaciones sistemáticas sobre el tema.

Precisamente debido a su relativa escasez, esa información conceptual y empírica ya se podría haber reunido, comparado y articulado. Unicamente así se podrían utilizar óptimamente los conceptos independientemente formulados y los dislocados datos de investigación disponibles para elaborar una muy necesaria teoría de comunicación para el desarrollo. Empero, hasta donde sepa el autor, todavía no se ha hecho tal resumen analítico e integrador *. Además, las diferentes

* Existen algunos resúmenes valiosos respecto de la relación y de los papeles pero son parciales y sin conexión, por ejemplo, con las estrategias.

proposiciones que están disponibles no parecen tener suficientes conexiones ni entre ellas mismas ni con otras variables importantes que predominan en las sociedades en desarrollo. De manera similar, las investigaciones existentes no parecen haber obedecido a esquemas de coordinación ni tener vínculos estrechos con las proposiciones teóricas disponibles.

Los Objetivos del Estudio

En consecuencia, los propósitos de este ensayo son los siguientes:

1. Resumir algunas de las principales proposiciones teóricas y los resultados de la investigación referentes a: (1) la relación entre la comunicación y el desarrollo; (2) la significación de la comunicación para el desarrollo; (3) los papeles de la comunicación en el desarrollo; y (4) la naturaleza de las estrategias de desarrollo y de comunicación, así como las formas en las cuales ellas están relacionadas entre sí.
2. Estudiar los resultados y analizar las propuestas como una base para intentar una integración preliminar de los conceptos esenciales, vinculando la relación antes mencionada con la significación, la significación con los papeles y los papeles con las estrategias.
3. Utilizar el resumen y el análisis como puntos de partida para formular (1) sugerencias para una mejor conceptualización y para próximas investigaciones, dirigidas ambas hacia la elaboración de una teoría de la comunicación para el desarrollo; y (2) recomendaciones prácticas para la acción por parte de los gobiernos de los países en desarrollo.
4. Proponer, también sobre la base del resumen analítico, una serie de factores

como determinantes no sólo de los papeles de la comunicación en la modernización sino también de la iniciación de la propia estrategia general de desarrollo nacional, de la cual la estrategia de comunicación es una parte clave.

5. Destacar que, por consiguiente, una consciente y cuidadosa integración de las dos estrategias (la general de desarrollo y la particular de comunicación para el desarrollo) debería constituir una característica esencial de todos los planes y operaciones de modernización.

6. Demostrar que un aumento temporal pero acentuado en la capacidad de comunicación de un país en desarrollo puede actuar, como lo indica la experiencia histórica, como un estimulante y acelerador muy poderoso del desarrollo nacional general.

El Método de Estudio

La metodología usada para lograr estos objetivos incluyó tres pasos: (1) resumen documentado; (2) análisis crítico; y (3) formulación de proposiciones respecto de la teoría, la investigación y la acción sobre la materia.

Aunque la intención no fue incluir toda la documentación, probablemente ésta sobrepasó el límite acostumbrado para un ensayo. Esto fue determinado por la intención de llegar lo más cerca posible a un grado considerable de cobertura. A su vez, dicha intención fue determinada por consideraciones de uso potencial del resumen en países donde toda la gama existente de la literatura sobre el tema del ensayo está lejos de ser de fácil acceso. Como consecuencia de esta forma de pensar, se usaron citas pertinentes más allá de los límites usuales.

Sin embargo, el resumen es selectivo más que exhaustivo, el análisis es parcial

más que completo y las proposiciones son tentativas más que finales. En resumen, este es un estudio conceptual exploratorio, que se basa, en todo lo posible, en investigaciones empíricas pero que no constituye, directamente, una de ellas.

La Justificación del Estudio

Por consiguiente, las limitaciones del estudio son evidentes. Sin embargo, la justificación para el mismo puede encontrarse si se lo toma como:

1. Una modesta contribución dirigida hacia la ampliación de la base para la formulación de una teoría de la comunicación para el desarrollo al -por lo menos- reunir, condensar, evaluar y tratar de relacionar la información, valiosa pero más bien dispersa y algunas veces insuficientemente conocida, que existe sobre la materia.
2. Un instrumento de enseñanza, una especie de visión general del campo, que podría utilizarse para suministrar una orientación amplia a aquellos comunicadores profesionales particularmente interesados en problemas de modernización.
3. Un instrumento de promoción que se podría usar para ayudar a despertar conciencia de las virtudes de la comunicación para el desarrollo organizada, intensiva y eficiente entre los formuladores de políticas, los planificadores de desarrollo y los funcionarios técnicos de los países en desarrollo.

La Terminología del Estudio

A lo largo del texto, se adscriben dos significados a la palabra comunicación. Uno es una noción de proceso. El otro, una noción de sistema.

En el primer caso, la comunicación se definirá -siguiendo el modelo de Berlo

(1960)- como el proceso por el cual una persona -al actuar como una fuente (de experiencia)- transmite un mensaje, por vía de un código (una determinada serie de símbolos o señales) transportado por medio de algún canal, a otra persona o personas -que actúan como receptores del mensaje- con la intención de producir algún efecto en los pensamientos, sentimientos y comportamientos de dichos receptores.

En el segundo caso, se entenderá por comunicación el sistema (un conjunto definido de elementos mutuamente influyentes) de instituciones sociales que existen con el propósito específico de promover y facilitar la interacción humana por medio del intercambio de intentos informativos y persuasivos para ejercer influencia en el comportamiento de la gente. Estas instituciones a menudo cuentan con instalaciones físicas para lograr sus objetivos; por ejemplo, imprentas, transmisores de radio, etc. Dichos servicios forman, por consiguiente, parte del sistema. Los medios masivos de comunicación -periódicos, estaciones de radio, de televisión, etc.- constituyen un tipo de esas instituciones; otro lo constituyen grupos organizados, tales como una burocracia, una cooperativa, un servicio de extensión agrícola o un sindicato de trabajadores. Ellos se especializan en comunicación interpersonal.

Según el contexto, se podrá saber cuál de los dos significados se intenta comunicar en cada caso. Sin embargo, se presentará a menudo en el texto la implicación de que el aumento de la efectividad del proceso dependerá de mejoras en el sistema. Así, por ejemplo, la referencia al desarrollo de la comunicación significará el mejoramiento del sistema con el objeto de aumentar el impacto del proceso.

El término comunicaciones (en plural) se utilizará para referirse a los actos de comunicación o a los contenidos y formatos de esos actos: los mensajes.

Para los fines de este ensayo, se entenderá por desarrollo nacional un proceso inducido de cambio generalizado en un sistema social vasto (caracterizado como un país), proceso por el cual se alteran la estructura, las funciones y las relaciones de ese sistema con el propósito de lograr determinados niveles de mejoramiento económico, justicia social, participación política masiva y mejoramiento cultural general.

Aunque algunos autores* hallan conveniente hacer distinciones semánticas entre los términos desarrollo y modernización, éstos se utilizarán intercambiablemente en este ensayo**.

Definiciones de otros términos de especial importancia para el estudio se darán en los respectivos capítulos del texto.

El Contenido y la Secuencia del Estudio

Los primeros tres capítulos están dedicados a suministrar un antecedente general para el estudio y a presentar el análisis de la investigación pertinente así como el resumen de los planteamientos o proposiciones. El cuarto consiste en una unidad intermedia que relaciona el análisis de las proposiciones y los resultados con la formulación de estrategias. Los dos últimos contienen, en esencia, las

---

* Por ejemplo, Rogers (1968) y Black (1966).

** El autor del mismo tampoco considera estos terminos como si, necesariamente, fueran sinónimos. Pero, para los fines de este trabajo en particular, los deja valer como tales.

proposiciones que el autor deriva de la discusión precedente acerca de los factores determinantes de los papeles de la comunicación en el desarrollo y sobre la naturaleza y relación de la estrategia de desarrollo y la de comunicación.

El Capítulo I reproduce y evalúa algunas respuestas suministradas para la pregunta, ¿Qué hace que la sociedad cambie? Analiza tanto las explicaciones económicas como aquellas no económicas que los expertos han adelantado en lo relativo a la comprensión del origen y la naturaleza del desarrollo nacional. Finaliza expresando la necesidad de una conciliación realista entre unas y otras.

El Capítulo II reproduce y evalúa las respuestas dadas por la investigación a la pregunta, ¿Cómo están relacionados la comunicación y el desarrollo? Pasa revista a varios estudios llevados a cabo en diferentes países a niveles individual y general de análisis. Pone énfasis en la conclusión de que existen evidentes correlaciones entre esos procesos.

El Capítulo III registra, de manera condensada, muchas de las respuestas que los teóricos sociales han dado a la pregunta ¿Qué es lo que hace la comunicación en el desarrollo? Enumera varias de esas proposiciones pero examina en detalle tres conjuntos de conceptos relacionados específicamente con los papeles de la comunicación en el desarrollo nacional.

El Capítulo IV constituye un intento de responder de alguna forma a la pregunta ¿Cómo pueden las proposiciones respecto de los papeles vincularse con el diseño de estrategias y pronunciarse hacia una teoría de comunicación para el desarrollo? Con esa finalidad, el capítulo condensa aún más los tres conjuntos de papeles presentados en el capítulo precedente y procede a compararlos. Los

encuentra altamente convergentes y, por lo tanto, propensos a combinación provechosa como una alternativa para la elaboración de una teoría de comunicación para el desarrollo. Sin embargo, el capítulo también propone algunas críticas a estas proposiciones. Sugiere también posibilidades alternativas, tales como la ampliación de los pocos modelos preliminares existentes sobre comunicación para el desarrollo y la vinculación de los papeles a los modelos generales de desarrollo nacional. El capítulo finaliza destacando el concepto de que los papeles de la comunicación en la modernización no deberían formularse sin tener un vínculo con otros factores establecidos en el desarrollo de las sociedades y de que se deberían tener en cuenta las influencias de variaciones concretas provenientes de configuraciones culturales particulares.

El Capítulo V constituye un intento de proporcionar alguna respuesta para esta pregunta: ¿Cómo afecta el desarrollo a la comunicación? Para hacerlo, presenta ocho factores que ejercen una influencia determinante en la comunicación para el desarrollo. Ellos son: la filosofía política; la doctrina económica; la dirección de los objetivos; el nivel de desarrollo y el origen, proceso, "mecánica" y organización del cambio en el tiempo. El capítulo presenta entonces calificaciones y cautelas para el análisis de esos factores. También plantea que los diferentes factores están relacionados entre sí y forman parte de tres conjuntos mayores de variables: la ideología, la teleología y la metodología. Finalmente, propone que la concatenación de estos conjuntos equivale al establecimiento de estrategias de desarrollo, de las cuales aquellas sobre comunicación se muestran como un componente dependiente pero fundamental.

El Capítulo VI constituye un intento de suministrar algunas respuestas a las dos preguntas siguientes: ¿Los procesos de toma de decisiones de la fuente y el receptor -que preceden y siguen, respectivamente, al proceso de comunicación- afectan a este último? ¿Cuál es la naturaleza de las estrategias de desarrollo y de las estrategias de comunicación y cómo están relacionadas entre sí? En el capítulo se da mayor importancia a la segunda pregunta y a sus derivaciones. Primero, después de subrayar las estrechas relaciones entre los dos tipos de estrategias, el capítulo lamenta el hecho de que la mayoría de los países subdesarrollados no se hayan percatado de los problemas y de las potencialidades de la comunicación para la modernización. Segundo, propone que tal modernización puede ser apresurada y aumentada considerablemente por medio de un desarrollo del sistema de comunicación de un país, como recurso especial de corto plazo pero muy intenso. Tercero, extrae de todo ello algunas recomendaciones para la acción y unas cuantas sugerencias sobre la investigación en comunicación para el desarrollo.

Este estudio, en resumen, constituye un esfuerzo para relacionar, sobre una base preliminar, nociones claves acerca del significado, los papeles y las estrategias de la comunicación en la modernización de las naciones.

LOS DETERMINANTES DEL CAMBIO EN LA SOCIEDAD

> La modernización tiene numerosas dimensiones de las cuales sólo algunas son económicas.
>
> (Joseph J. Spengler, en Weiner, 1966, p, 321)

> ... Por consiguiente, nos engañamos a nosotros mismos cuando pensamos en el desarrollo en los pálidos términos de la economía sola.
>
> (Robert L. Heilbroner, 1963, p. 16)

> Para comprender y pronosticar cualquier aspecto de la vida social, no podemos ignorar los temas económicos ... A su vez, los aspectos no económicos de la vida social afectan la economía ... La interdependencia empírica de las variables económicas y sociológicas es omnipresente.
>
> (Neil J. Smelser, 1963, pp. 1 y 33)

Nunca había estado el hombre tan al tanto de la realidad social en la cual se desarrolla su vida como en los últimos cien años, aproximadamente. Su conocimiento acerca de la naturaleza de su sociedad - la anatomía y la fisiología de ella así como su patología - ha aumentado considerablemente en ese período. Por otra parte, en las dos últimas décadas el hombre, cada vez más, se ha preocupado especialmente por los cambios que experimenta su sociedad, por la naturaleza de ellos y por sus implicaciones para su destino.

¿Cuáles son los presumibles orígenes de esos cambios y cuáles sus posibles consecuencias para la sociedad?

La pregunta - que constituye el tema de atención de este capítulo - parece tener un interés central, en todo el mundo, tanto para los analistas sociales como para los formuladores de políticas.

Las formas en las cuales los científicos sociales están tratando de responder a preguntas como esa son diversas y, a menudo, contradictorias. No sólo existen divergencias entre disciplinas sino dentro de cada una de ellas. Y no se avisora un acuerdo en el horizonte cercano. En efecto, parece que una teoría general universalmente aceptable de cambio social todavía está muy lejos de resultar disponible.

La Concepción Estrictamente Económica del Desarrollo

Una de las orientaciones - el enfoque económico - sin embargo, ha predominado hasta el momento. Dentro de esta perspectiva, excepto mínimas excepciones, los cambios en la estructura y función de la sociedad humana se han considerado - casi exclusiva y directamente - como consecuencias de fuerzas materiales, patrones económicos y medidas tecnológicas. Todo lo demás - cualquier variable no económica de alguna significación aparente para el cambio - se toma como simple derivación de las determinantes económicas o de los factores puramente concomitantes o auxiliares a ellas.

Dentro de tal planteamiento, el comportamiento innovador en agricultura, por ejemplo, se explica exclusivamente desde el punto de vista de determinantes económicas. En efecto, Schultz (1964, p. 26), dice:

> El bajo nivel de la agricultura en las comunidades pobres se atribuye con frecuencia a determinados valores culturales. Estos valores se refieren al trabajo, el ahorro, la diligencia y las aspiraciones de nivel de vida más alto. Ellos son, entonces, utilizados para explicar por qué hay tan poco progreso económico y por qué determinados programas de desarrollo económico no tienen éxito en la práctica. Por regla general, sin embargo, no es necesario apelar a diferencias en tales valores culturales porque una simple explicación económica será suficiente.

Esa explicación, según Schultz, radica en cuán provechosa y rentable sea una innovación sin tener en cuenta la congruencia que ella pueda o no tener con los valores de la gente. Mientras más provechos ofrezca una nueva idea - propone el investigador - más prontamente será adoptada por los agricultores de las sociedades tradicionales. Schultz atribuye a la rentabilidad una influencia tan decisiva, que hace innecesario considerar la influencia de factores no económicos, tales como la personalidad, la educación y las variables del ambiente social.

Sin embargo, Schultz se da cuenta de que la influencia determinante de la rentabilidad está limitada por factores de incertidumbre y riesgo. En este sentido, indica que su explicación puede no ser tan "simple" como él cree que es ni tan puramente "económica" y casi omnipotente como él afirma que es.

La incertidumbre - un estado emocional de un individuo, en este caso un campesino - puede ser generada por variables relativas a situaciones de las cuales muchas pueden ser, ciertamente, de naturaleza económica. Por ejemplo, la escasez de ahorros de capital, la ausencia de crédito y la falta de seguros de consecha necesarios para enfrentarse a un mercado restringido e inestable, son factores que, en efecto, explican altos niveles de incertidumbre.

Pero, cualquiera que sea el nivel de incertidumbre, la voluntad (o la ausencia de ésta) para arriesgar capital y trabajo en una innovación no constituye una variable económica. Es una variable sicológica correspondiente a las actitudes de los campesinos. Y estas actitudes, a su vez, están inevitablemente afectadas por influencias sociales tales como, para mencionar sólo una, la aprobación o reprobación que cada grupo social pueda dar a un comportamiento innovador divergente por parte de sus miembros.

Por consiguiente, a veces ocurre que, incluso cuando la rentabilidad es alta - y es percibida como tal por los campesinos (lo cual no es siempre el caso) - y aún cuando los agricultores tienen capital a su disposición y los mercados se tornan seguros para ellos, muchos todavía no están dispuestos a arriesgarse y son reacios a la innovación.

Más aún, inclusive en países donde la agricultura es una empresa moderna relativamente menos afectada por la incertidumbre y donde los agricultores están, en general, relativamente inclinados a la innovación y tienen bastante disposición para arriesgarse, todavía toma muchos años, y no menos sufrimientos, el lograr que ellos cambien ciertas prácticas agrícolas.

La propia orientación hacia lo provechoso, rentable y lucrativo tampoco es en sí un factor económico. Se trata de una característica de actitud. Se puede pensar que la mayoría de las personas tienen una inclinación "natural" hacia obtener ganancias materiales. Pero no hay razón para suponer que ellas buscan el mejoramiento material sólo por sí mismo.

El comportamiento humano es motivado por razones económicas así como por razones no económicas. Sin embargo, algunas aparentemente económicas podrían en realidad no serlo. La gente puede renunciar a creencias, desplazar actitudes, cambiar hábitos y trabajar muy duro para obtener bienes materiales. Sin embargo, lo que pueda lograr de ello no constituye únicamente una recompensa física. Por supuesto, las personas desean tener mejor casa, ropa más bonita, mayor entretenimiento, y eficientes equipos domésticos y de trabajo, etc. Pero muy a menudo aspiran a todo ello como instrumento para lograr aceptación y prestigio social, para alcanzar posición más elevada y para obtener el poder de influir sobre el comportamiento de otros.

En consecuencia, en el fondo de lo que por fuera parecen ser meras influencias económicas concretas, pueden estar en acción intangibles pero fuertes impulsores sicológicos. Se está comprobando sostenidamente que el soslayar estos elementos no materiales de propiciamiento o disuasión del cambio es un grave error de algunos estrategos y ejecutores de desarrollo. La investigación está hallando cada vez más evidencia de ello en el mundo *.

¿Cómo pueden, entonces, esas influencias no económicas ser descartadas tan fácilmente como insignificantes?

Los factores económicos son determinantes sumamente importantes del comportamiento humano. Pero no son los únicos ni necesariamente los predominantes. No pueden, por sí mismos, ser los únicos a los que responda el desarrollo nacional.

---

* Por ejemplo, Niehoff (1966).

Las Explicaciones No Económicas del Desarrollo

La rígida unilateralidad del enfoque puramente económico del cambio social lo ha predispuesto a críticas. Ellas están aumentando a medida que aumenta la comprensión de la alta complejidad que satura la labor de desarrollo y se hace más evidente la diversidad de influencias que toman parte en la modernización.

La mayoría de los críticos - entre los cuales no faltan los economistas - anotan debilidades y vacíos en la interpretación estrictamente económica del cambio. La consideran parcial, irreal y deshumanizada.

Pasando de la condenación a sugerencias terapéuticas, algunos de los críticos han destacado, más bien, la importancia de las influencias sicológicas, sociales, políticas y culturales en la modernización como factores paralelos a la importancia de las variables económicas, tecnológicas y ecológicas.

Por ejemplo, a los ojos de Hagen (1966, p. 129), un economista, "las teorías puramente económicas de los obstáculos que explican la falta de crecimiento parecen inadecuadas". Para él, "los presuntos prerrequisitos económicos - tales como las capacidades de ahorro y de mercado - no existen o tienen escasa importancia"*. El sostiene, además, que no es que el crecimiento económico ocurra primero y cause cambio político social sino, más bien, que ellos son mutuamente dependientes.

Antes de que la economía de un país sea capaz de "despegar" hacia un crecimiento autosostenido - propuso Rostow (1960) - debe alcanzar un nivel mínimo determinado de aumento en su tasa de inversión. Para Hoselitz (1957) ese aumento se puede lograr por medio de las condiciones "ambientales" del período anterior al despegue. Estas condiciones, él sugiere, son más que todo de naturaleza no económica puesto que suponen innovaciones en los ordenamientos motivacionales, legales, familiares y educativos de la sociedad.

* Hirschman (1958) ha criticado modelos que proponen factores determinados, económicos o de otro tipo, como "precondiciones" para el desarrollo. Opina que son discutibles porque en algunos sitios el desarrollo ha ocurrido en ausencia de ellos.

Algunos economistas destacan la importancia que para el crecimiento tiene la interacción entre las variables económicas. Se refieren, por ejemplo, a las relaciones existentes entre el ahorro, la inversión, el sentido empresarial, la productividad, el consumo, etc. Sin embargo, no se percatan de que a menudo esas mismas variables están influídas por las no económicas. Smelser (1963, p. 103) apunta sobre ello lo siguiente:

> Si nos situamos en el transfondo de la interacción inmediata de estas variables, nos encontramos con que el valor de cada una de ellas está determinado en parte por variables sociológicas tales como la afinidad, la estratificación social, y la política.

Un ejemplo pertinente es el del sentido empresarial, el espíritu de iniciativa para embarcarse en una empresa comercial asumiendo riesgo por el afán de obtener ganancia. Esto se ha considerado usualmente como una variable económica. Sin embargo, el grado en que tal sentido empresarial está presente en una sociedad está determinado por: factores religiosos, como lo demostró Weber (1948); factores políticos, tales como el nacionalismo, según lo anotó Davis (1955); por la naturaleza de la institución familiar, como lo ha destacado Smelser (1963); y por las características de la personalidad o sicológicas, como lo demostró McLelland (1961).

Unos pocos críticos del enfoque puramente económico del desarrollo se han aventurado a ir más allá al proponer la simple correlación de las determinantes económicas y no económicas del desarrollo. Conciben los factores no económicos como antecedentes directos de éste.

Por ejemplo, Heilbroner (1963, p. 16), otro economista, dice:

> El desarrollo económico no es fundamentalmente un proceso económico sino político y social *.

Considera él que gran parte del desarrollo precoz es de naturaleza pre-económica y, como tal, vinculado con la configuración de las actitudes y con la

---

* Las bastardillas son de Heilbroner.

creación de instituciones favorables a la acumulación de capital, a la expansión del empleo y al aumento de los ingresos. Esas condiciones previas requieren, a su manera de ver, cambios sociales de largo alcance y ellos, a su vez, demandan una previa movilización de las energías políticas.

La creación de esas instituciones, la ejecución de esos cambios y la movilización de esas energías constituyen fenómenos que no ocurren únicamente por mandato económico. Requieren lo que Deutsch (1961) ha llamado movilización social, "el proceso en el cual grandes conglomerados de viejos compromisos sociales, económicos y sicológicos se erosionan y quebrantan y la gente queda disponible para nuevos patrones de socialización y comportamiento". Este proceso general, a la manera de ver de Deutsch, involucra numerosos subprocesos de cambio en, por ejemplo, instituciones, papeles, formas de actuar, expectativas, hábitos, necesidades, asociaciones entre personas y respuestas a los medios masivos, así como cambios en residencia, ocupación, medio social y aún en patrones de afiliación a grupos y en imágenes de identidad personal.

Es únicamente por medio de alteraciones drásticas en dichos valores, comportamientos, relaciones e instituciones que tal crecimiento económico llega a ser viable.

Por consiguiente, las variables no económicas que afectan el proceso de modernización merecen al menos la misma atención que requieren las económicas.

Fue probablemente debido al reconocimiento de esa necesidad que una publicación de las Naciones Unidas * incluyó, en sitio preponderante, en un manual para trabajadores de campo una lista de cambios individuales y sociales que ellos deberían procurar a fin de ayudar a lograr el desarrollo. Probablemente por la misma razón,

---

* Ver Hays (1959)

se ha registrado un aumento relativamente reciente de la literatura científica acerca de esos factores no económicos*.

La Necesidad de una Conciliación Realista y Productiva

Separar los fenómenos y procesos económicos de los no económicos es una labor mucho más fácil de realizar en teoría que en la vida real. Por tanto, es probable que una controversia acalorada entre quienes abogan por el predominio de las variables económicas y aquellos que apoyan el de las no económicas sea tan improductiva como interminable.

No es necesario que en el concurso se escoja un ganador absoluto. Lo que se precisa hacer es (1) averiguar cómo puede el desarrollo sacar mejor provecho de la interacción de las influencias económicas y no económicas; y (2) determinar, objetiva y sistemáticamente, bajo qué circunstancias específicas y con qué propósitos particulares, cuál de los dos tipos de factores tiene la probabilidad de ser más influyente que el otro.

De esta forma, la energía del desarrollo puede dirigirse de manera flexible hacia las áreas de acción más productivas, sin que nada de ella se desperdicie en la estéril contradicción sobre la importancia de cualquiera de los conjuntos de factores.

Sin embargo, por lo pronto, predomina en la práctica el enfoque estrictamente económico. Son economistas e ingenieros -no sociólogos, sicólogos o antropólogos - quienes están al frente de las juntas nacionales de planeación de los países en desarrollo y quienes asesoran a las grandes empresas privadas. Es la voz de esos economistas

---

* Una lista parcial de autores que han escrito acerca de los factores no económicos en la modernización incluye a los siguientes: Belshaw (1957); Cochran (1960); Davis (1955); De Vries y Medina Echavarría, eds. (1963); Eisenstaedt (1955, 1956-57); Hunt (1966); Katona (1951); Kautsky y Nash, eds. (1959); Kindleberger (1958); Lewis (1961); Linton (1952); Moore (1951, 1954, 1963); Nash (1959, 1964); Parsons y Smelser (1956); Shannon (1957); Smelser y Lipset (1966); Smelser (1963, 1966); y Spengler (1951, 1960, 1966).

e ingenieros la que influye considerablemente en la toma de decisiones de los dirigentes políticos de esos países. Por tanto, si es que va a surgir un enfoque más equilibrado y productivo de la tarea del desarrollo, tal transición se acreditará en su mayor parte a esos mismos economistas e ingenieros. Ellos pueden escoger entre apegarse al concepto de que el desarrollo nacional consiste, escasamente, en algo más que el aumento de la habilidad para producir, por medio de la industrialización y la agricultura tecnificada, bienes materiales y servicios. O pueden optar por ampliar la perspectiva, incluyendo los componentes no materiales, y sin embargo vitales, del proceso de transformación y crecimiento humanos. Su decisión de abrazar una u otra posición no será, ciertamente, una determinación sin consecuencias para el destino de los millones de seres humanos que forman lo que bien se ha llamado el "tercer mundo".

CAPITULO II

LA RELACION ENTRE LA COMUNICACION Y EL DESARROLLO

> Se ha encontrado que, en todo el mundo, aquellos individuos y pueblos que tienen acceso a los medios impresos o a la radio tienen actitudes más modernas, son más progresistas y se desempeñan en los papeles modernos con más rapidez que quienes no tienen tal acceso.
>
> (Ithiel de Sola Pool, en Wiener, 1966, p. 99)

Pueden existir - en cualquiera de las direcciones - vínculos causales entre los factores económicos y los no económicos de desarrollo. Demostrarlos, sin embargo, es todavía una tarea difícil. Las correlaciones, en cambio, ya se han computado. La comunicación es una de las áreas donde se está llevando a cabo esta verificación.

Es lógico esperar que haya una influencia mutua entre el desarrollo general de un país y el desarrollo particular de sus comunicaciones. La comunicación es instrumental - y a menudo de manera decisiva - para el funcionamiento de virtualmente todos los demás procesos de la vida social, sean económicos o no lo sean.

Por cuanto la comunicación es un aspecto tan saturante y vital de la existencia social y dado que las sociedades evidentemente cambian, entonces la comunicación y el cambio deben tener alguna relación mutua.

En efecto, varios investigadores han hallado correlaciones entre la modernización general de los países y el desarrollo de sus recursos y organización de comunicación. Sus estudios se realizaron en diferentes niveles de análisis: individuos, pueblos, países. Este capítulo se propone revisar brevemente los principales hallazgos de algunos de los más importantes de esos estudios.

La Correlación a Nivel de Naciones

El trabajo de Lerner (1957) aportó la primera base sustancial, teórica y empírica en cuanto a la situación de correlación al nivel de países. El investigador halló que las características siguientes son comunes a todas las sociedades: (1) la dirección del cambio en la comunicación siempre va del sistema oral al de los medios; y (2) el grado de cambio en el comportamiento de la comunicación parece tener una correlación significativa con otros cambios de comportamiento en la sociedad. Lerner usó datos, proporcionados por Unesco, de grupos de 54 a 73 países con el objeto de elaborar índices para cada una de cuatro variables principales, que fueron: la urbanización (incluyendo la industrialización); la participación en los medios; la alfabetización y la participación política. Luego, para encontrar cómo covariaban estos factores, computó correlaciones entre ellos. La participación en los medios resultó altamente correlacionada con los otros tres factores; su coeficiente, en efecto, resultó inferior únicamente al de la alfabetización.

Resultados similares registró un estudio realizado por la Unesco (1961) de todos los países subdesarrollados - en Africa, Latinoamérica, el Medio Oriente y Asia Sudoriental - con una población de por lo menos 500 millones de habitantes. El estudio suministró evidencia de una alta correlación de los factores de medios masivos con los factores económicos del desarrollo general, especialmente el ingreso.

Cutright (1963) halló un índice de desarrollo de la comunicación altamente correlacionado con índices del desarrollo político, el crecimiento económico, la urbanización y la educación. La finalidad de su estudio, que abarcó 77 países independientes, fue medir el grado de asociación entre el desarrollo político y otros tipos de desarrollo socioeconómico. El investigador descubrió que el desarrollo de los medios de comunicación estaba no sólo fuertemente ligado a la

modernización política sino que incluso tenía una correlación aún mayor con el desarrollo económico. Más aún, Cutright halló que el desarrollo de la comunicación resultó ser un mejor indicador del desarrollo político que el crecimiento económico.

La comunicación fue, de manera similar, uno de los factores que Lipset (1959) encontró fuertemente correlacionado con el desarrollo político pro democrático.

Schramm y Carter (1964) también hallaron correlaciones entre una escala de desarrollo económico y las escalas que representan el desarrollo de los sistemas de comunicación de masas en 100 países.

Farace (1966) estudió 54 variables sobre 109 países - incluyendo los más desarrollados y los menos desarrollados - y encontró apoyo para la noción de que hay interdependencia en el desarrollo de los medios masivos y los logros en muchos aspectos del "modo de vida" de un país.

Ascroft (1966) menciona evidencias similares suministradas por estudios de análisis factorial realizados en el orden agregativo por Schnore (1958), Deutschmann y McNelly (1962) y Farace (1965). Cada una de estas investigaciones produjo un factor sobre el cual se cargaron mayormente los índices económicos - como el ingreso per cápita y la urbanización - y los índices de comunicación, como la exposición a los medios masivos y a la educación. Los autores llegaron a la conclusión de que, al macro-nivel de investigación en que las naciones constituyen las unidades de análisis, <u>las determinantes que predominan en el grado de desarrollo de una nación son el nivel económico de la nación y su habilidad para comunicarse con su pueblo</u>.

Las Correlaciones a Niveles Menores de Análisis

La existencia de las correlaciones al nivel total de naciones no indica necesariamente que ocurre lo mismo a niveles menores de análisis. Sin embargo, los investigadores han hallado que estas correlaciones también existen a nivel de pueblos y a nivel de individuos.

Frey (1966a), en una encuesta que comprendió una muestra de cerca de 460 pueblos de Turquía, halló definidas correlaciones entre el índice de exposición a los medios masivos y numerosos otros índices de desarrollo rural en el país. Tal relación fue particularmente fuerte en el caso de cuatro índices de actitud y de comportamiento: la movilidad geográfica, la comunicación interpersonal, la pobreza subjetiva y el desarrollo del villorrio.

Keith, Yadav y Ascroft (1968), empleando datos de Kenya, Colombia e India, hallaron que (1) la exposición a los medios masivos actúa como una variable interviniente en el paradigma de la modernización; (2) la variabilidad en la exposición a los medios masivos se explicó mejor en función de la influencia del cosmopolitismo, de la alfabetización funcional y de la educación; y (3) junto con la educación, la exposición a los medios masivos fue el indicador más firme de índices de innovatividad y de motivación de logro *.

Un estudio comparativo de dos villas rurales de India, realizado por Rao (1966), también halló correlaciones evidentes entre el desarrollo de la comunicación, por un lado, y el desarrollo social, económico y político, por otro. Los datos sustentaron el concepto de que mientras el desarrollo económico conduce a

---

* Para que las medidas de exposición a los medios de comunicación lleguen a ser totalmente significativas, la investigación necesita averiguar más acerca de los efectos de diferencias en los mensajes involucrados en esa exposición. También es necesario definir si las diferencias en la exposición se pueden atribuir más que todo a la disponibilidad de los medios o al estilo general de vida. Más investigaciones en esas áreas mejorarían la confiabilidad de la exposición a los medios como elemento para predecir otras variables de importancia en la modernización, tales como la innovación.

un aumento de la información, el aumento de información - a su vez - favorece al desarrollo económico, siendo esta interacción constante y acumulativa.

Entre los estudios por análisis factorial de ciertos aspectos de la modernización, a nivel de análisis individual, se incluyen los de Deutschmann y Fals Borda (1962), Jain (1965), Rahim (1966), Donahew (1966), Ascroft (1966), Whiting (1967), Farace y otros (1967), Ascroft (1968) y Kahl (1968). En todos estos estudios las variables de comunicación demuestran hallarse en significativa interrelación con las variables de modernización.

Resumen e Implicaciones de los Hallazgos

Después de revisar una serie de estudios como los que acaban de describirse brevemente, Bebermeyer y Rogers (1966, pp. 1-2) llegaron a la conclusión de que "la comunicación de masas tiene un potencial evidente en el desarrollo y la modernización nacionales".

Con más énfasis, McNelly (1966, p. 1) informa que "... un número creciente de estudios ha demostrado impresionantes relaciones entre el desarrollo de la comunicación de masas y varios aspectos económicos, políticos y sociales del crecimiento nacional".

En la misma vena, Fagen (1966, p. 119) afirma lo siguiente:

> Aunque las correlaciones por sí mismas no nos dicen nada acerca de la causalidad, está claro que los medios masivos han sido tanto causa como efecto, promotores y promovidos, en la compleja relación recíproca de ciertos factores que llamamos el proceso de modernización.

A la luz de tales evidencias y conclusiones, muchos observadores de la sociedad piensan que difícilmente puede haber un país bien desarrollado que tenga malas comunicaciones así como es poco factible que haya un país subdesarrollado que cuente con una organización muy avanzada para lograr una verdadera comunicación nacional.

El desarrollo nacional implica interacción colectiva organizada, movilización masiva y - en los sistemas sociales pro democráticos - participación global en el proceso de toma de decisiones sobre asuntos de interés público. Y la interacción, la movilización y la participación pueden solamente ocurrir por conducto de la comunicación.

En resumen, como lo ve Lerner (1958, p. 56), "La comunicación constituye tanto un índice como un agente de cambio en un sistema social total".

Queda para la investigación el reto de especificar las circunstancias bajo las cuales la comunicación funciona como un factor antecedente, concomitante, o resultante del desarrollo nacional general.

Las correlaciones ya registradas, sin embargo, tienen implicaciones inmediatas y valiosas para el trabajo de los estrategos del desarrollo y de los comunicadores profesionales comprometidos en tareas de modernización.

Cuando menos, esas correlaciones sirven para prevenir a los planificadores nacionales, los formuladores de políticas y los trabajadores de campo del desarrollo que ellos no pueden cumplir óptimamente sus deberes si en sus diseños de proyectos, en sus presupuestos y en sus comportamientos propiciadores del cambio pasan por alto los omnipresentes y vitales aspectos de la comunicación.

Los resultados sobre correlación también alertan a los comunicadores profesionales sobre el hecho de que su actividad particular no puede realizarse provechosamente a menos que calce ajustadamente con la actividad de desarrollo general del país y opere como factor directo de apoyo a ella.

CAPITULO III

LA SIGNIFICACION Y LOS PAPELES DE LA COMUNICACION

> De todos los cambios tecnológicos que han ocurrido rápidamente en las sociedades tradicionales del mundo subdesarrollado en la última década - cambios en la producción de energía, en el proceso de agricultura, en la naturaleza de los armamentos -, los que han tenido efectos más fundamentales y penetrantes en la sociedad han sido los cambios ocurridos en la comunicación.
>
> (Max F. Millikan, en Lerner y Schramm, eds., 1967, p. 3)

Aunque todavía se requiere más estudio, la investigación parece haber provisto hasta ahora considerable evidencia de que la comunicación y el desarrollo tienen una influencia mutua significativa.

El siguiente problema reside en poder determinar - ya no correlativamente sino por separado - de qué tipo y magnitud es la influencia de la comunicación en el desarrollo. En otras palabras, lo que se necesita mensurar ahora es cuán importante es la comunicación para la modernización. Si esa importancia es bien modesta, los países en desarrollo no necesitan preocuparse demasiado de tal relación "causativa". Si, por el contrario - como parecen sugerir las correlaciones -, aquella es bastante considerable, entonces esos países no pueden seguir soslayando tal relación.

Este capítulo tiene, por lo tanto, dos propósitos. El primero es tratar de definir cuál es la situación de la investigación respecto de su habilidad para medir la influencia de la comunicación en el cambio. El segundo - que complementa al otro - es condensar, analizar e intentar relacionar algunas de las principales proposiciones existentes acerca de qué hace la comunicación en el proceso de desarrollo nacional. Porque es desde el punto de vista de los papeles generales y de las funciones específicas que se puede enjuiciar de manera realista la significación de la comunicación para el desarrollo.

¿Cuál debería ser el criterio para decidir cuándo la comunicación es importante para el desarrollo y cuándo no? Resolver esta cuestión puede muy bien ser una precondición para poder hallar respuestas para la pregunta sobre la significación de la comunicación para el desarrollo.

Pool ha anticipado una respuesta a este problema (1960, p. 1) en los siguientes términos:

> La comunicación es significativa si actúa de una forma variable sobre los acontecimientos sociales de los cuales hace parte, no si aparece como una constante universal sin efecto operativo en las interrelaciones de otros fenómenos sociales.

Esto representa una guía útil para la investigación. Sin embargo, a ésta todavía le queda mucho por hacer antes de poder responder la pregunta definitiva. En efecto, tal como lo subraya McNelly (1966, p. 10), "Sería en extremo optimista esperar que en un futuro próximo surgiera teoría general alguna sobre la comunicación en el desarrollo social y económico".

En otras palabras, la investigación empírica aún no ha suministrado estipulaciones suficientes y profundas sobre los papeles de la comunicación en el desarrollo. En ausencia de ellas, la evaluación de la magnitud del impacto de la comunicación en el desarrollo continúa siendo considerablemente una cuestión de preferencia subjetiva, un artículo de fe. Como tal, da pábulo a una amplia gama de posiciones que abarcan desde la negación de cualquier efecto apreciable de la comunicación sobre la modernización hasta la elevación del valor de aquella para ésto a un grado desmesurado.

De tal polarización parece estar emergiendo una conciliación sensata en aquello que McNelly (1966) ha llamado la posición pragmática. Este punto de vista no subestima los méritos de la comunicación en relación con el desarrollo. Pero tampoco los glorifica. Evita una rígida estipulación de las funciones de los medios en la modernización y da, más bien, campo para diferentes tipos de información y diversas hipótesis. En lo relativo a los efectos de los medios, ella deja abierta la posibilidad de que no haya impacto, de que éste sea moderado y de que sea fuerte, de acuerdo con

las circunstancias. También considera que los medios son capaces de tener efectos tanto directos como indirectos así como consecuencias a corto y a largo plazo. La flexibilidad de ese enfoque puede muy bien aportar beneficios para investigaciones adicionales sobre el tema.

Por lo pronto, hay realmente una ausencia de datos decisivos suficientes para formular generalizaciones plausibles. Esto, sin embargo, puede explicarse sin dificultad si se tienen en mente algunas consideraciones. Primero, el concepto de desarrollo nacional en sí y la propia existencia de este último como proceso dirigido de cambio socioeconómico son nuevos. Segundo, ha transcurrido escasamente una década desde que los países subdesarrollados del mundo iniciaron una planeación rigurosa y una organización formal para la modernización. Tercero, todavía no existe una teoría general de comunicación por no hablar de una particularmente aplicada al desarrollo.

Sin embargo, por medio de la observación competente de la lúcida intuición, se han formulado suposiciones iniciales para explicar el cambio social y describir la misión de la comunicación en él.

Los Papeles Funcionales Generales de la Comunicación en la Sociedad

Uno de los primeros pasos en el sentido mencionado antes se puede reconocer fácilmente en la formulación de Lasswell (1949) de las tres funciones centrales de la comunicación en cualquier sociedad *. Esas funciones son la vigilancia del ambiente; la correlación de los miembros de la sociedad y la transmisión del patrimonio social de una generación a la próxima.

---

* Sea el que fuere el nivel de desarrollo en que se encuentre esa sociedad

Diferentes expertos han sugerido otras funciones como adiciones o elaboraciones relacionadas a los planteamientos de Lasswell. Wright (1964), por ejemplo, sugirió que se incluyera la función entretenimiento *.

Lazarsfeld y Merton (1948) propusieron otras funciones específicas tales como: otorgamiento de posición o "status" a individuos, organizaciones y temas controversiales y propiciamiento de la aplicación de las leyes de la sociedad.

Cooley (1937) propuso, como los dos papeles más importantes de la comunicación, la ampliación del medio ambiente humano y el aumento de la capacidad del hombre para enfrentarse a los problemas del medio ambiente general. Concibió las siguientes como las funciones específicas de los medios: (1) democratizar el poder; (2) ampliar los contactos sociales; (3) racionalizar y humanizar las instituciones sociales; (4) aumentar y animar la "unidad mental"; (5) promover la expansión de la sociabilidad; y (6) favorecer el desarrollo tanto del consenso como de la individualidad.

Los Papeles "Disfuncionales" de la Comunicación

Otros analistas han considerado que los medios de comunicación cumplen funciones más bien negativas para la sociedad como un todo **. Mills (1959, p. 311), por ejemplo, opinó que "... los medios han servido menos para aumentar y animar las discusiones de públicos primarios que para transformarlos en mercados de medios en una sociedad de tipo masivo". Mills sostuvo que en una sociedad de ese tipo - donde la voz de los individuos y la de los grupos democráticos ya no cuenta - los medios

---

* Esta función tiene un impacto indirecto pero beneficioso en el desarrollo. Al suministrar al pueblo más mensajes "consumatorios" que "instrumentales", estimula también su deseo de nuevos modos de vida y le ofrece una perspectiva más amplia del mundo.

** Que el mensaje sea "funcional" o "disfuncional" depende de para quién lo es tal. Por ejemplo, los papeles descritos por Mills pueden ser "disfuncionales" para la sociedad en general pero muy funcionales - es decir, útiles - para la élite que detenta el poder.

facilitan un "analfabetismo sicológico" al servicio de una sutil pero fuerte manipulación de la gente por las élites que detentan el poder. Dentro de esa línea de pensamiento, consideró que los medios estaban cumpliendo los siguientes papeles: (1) decirle al hombre del montón quién es, darle identidad; (2) decirle lo que quiere ser, darle aspiraciones; (3) decirle qué hacer para ser de esa manera, darle técnicas; y (4) decirle cómo sentirse que él es de esa manera incluso cuando no lo es, darle escape.

Comúnmente se mencionan otras dos funciones negativas de los medios. Una es la "narcotización": la paralización deliberada de las capacidades de percepción y de razonamiento del público. La otra consiste en la "facilitación de la evasión": la provisión de una salida para que las personas nieguen la realidad junto con el estímulo para que, vicariamente, vivan una existencia semi-mítica. Los medios, por consiguiente, se perciben no solamente en los papeles de estimulantes sino en los de analgésicos y tranquilizantes. Todavía más, algunos sistemas sociales presididos por la ideología comunista han encargado a la comunicación la misión de realizar una transformación radical y total del verdadero carácter de los individuos por medio de una técnica de "reforma del pensamiento", conocida en otras partes como "lavado cerebral".

En un orden menos tétrico, se ha observado que la comunicación también es capaz de cumplir, específicamente, funciones en contra del cambio. Al menos esa posibilidad se implica en los experimentos de McGuire (1961) respecto a lo que podría tomarse como una técnica para algún tipo de vacuna mental contra la persuasión *.

Virtualmente ninguna de las conceptualizaciones precedentes se elaboró en relación directa con situaciones de desarrollo de un sistema social nacional.

---

* Bajo ciertas circunstancias, en una situación de modernización, ésta se puede tomar como una posible función de antidesarrollo.

Tampoco, aparentemente, implicaron ellas un esfuerzo para diferenciar los papeles de la comunicación en relación con variaciones en otros aspectos de la sociedad o con referencia a algunos factores determinantes en el proceso del cambio social. Sin embargo, tales formulaciones abrieron el camino para aquellos que comenzaron a tratar de definir las funciones de comunicación específicamente en cuanto a la relación entre comunicación y desarrollo.

Las Funciones Específicas de la Comunicación en el Desarrollo Nacional

La revisión de lo que, según la opinión de algunos analistas, son los papeles de la comunicación en la sociedad en general deberá ser útil para revisar ahora lo que otros analistas consideran como las funciones específicas de la comunicación en el desarrollo nacional. Esta revisión comenzará con una breve enumeración de las funciones propuestas por autores que, aparentemente, sólo se ocuparon del asunto en forma tangencial. Seguidamente, los planteamientos de aquellos que parecen haberse dedicado más a tal estudio recibirán mayor atención.

Profesionales de la ciencia política y sociólogos llevaron la delantera en la tarea de exploración. Sin embargo, fueron seguidos rápidamente por los propios comunicólogos. Y, en la actualidad, sicólogos sociales, antropólogos, educadores y economistas se están sumando a la investigación. No todos esos investigadores han optado por enunciar las funciones de la comunicación directamente como tales. Algunos han preferido juzgar las potencialidades de los medios más bien en términos del proceso de comunicación. Otros han tocado el tema por vía de un estudio general de los efectos de los medios. Algunos incluso han planteado los papeles sólo implícita o tangencialmente.

En los trabajos fundamentales de Lerner (1957 y 1958), se sugieren como algunas de las funciones capitales de la comunicación en el desarrollo las siguientes:

1. Crear nuevas aspiraciones, especialmente de un orden material.

2. Fomentar la participación creciente en la actividad general de todo el sistema social.

3. Ayudar a generar el nuevo liderazgo necesario para que la sociedad se enfrente a las demandas del proceso de cambio.

4. Enseñar la "empatía" *, más comúnmente conocida como la habilidad de una persona para colocarse en la posición o en el papel de otra persona, particularmente en papeles que están fuera de sus experiencias diarias y de su sistema social inmediato.

Pye (1953) concentró su atención en los papeles de la comunicación en los aspectos políticos del desarrollo nacional. El investigador identificó, en esencia, las siguientes funciones:

1. Magnificar algunas acciones individuales de manera de darles impacto a través de todo el cuerpo social.

2. Dar bases para la racionalidad en la política de masas.

3. Proporcionar marco para la prospección del futuro y para evaluar el grado de visión de los líderes.

4. Ayudar al pueblo a comprender la naturaleza del proceso político y los motivos y acciones de los políticos.

5. Facilitar la estipulación de las reglas de la sociedad para definir cuáles son los antecedentes y las consecuencias de los actos políticos y qué es lo que deben aceptar como plausible los conductores y los seguidores.

---

* Lerner atribuye a los medios de comunicación una influencia sustancial en inducir a la gente a desarrollar "movilidad síquica", de la cual él considera que la empatía es un componente central. Por ejemplo, los nuevos alfabetizados son estimulados por el contenido de los periódicos para identificarse con nuevas ideas, gentes, símbolos y objetos. Esta participación vicaria en una vida que se extiende mucho más allá del ambiente inmediato de cada cual es considerada por Lerner como vital para el proceso de modernización.

También con relación particular al desarrollo político, Pool (1963) propuso las dos funciones siguientes de los medios:

1. Proporcionar un canal para aumentar el alcance del liderazgo.
2. Confirmar una posición o "status".

Pool consideró que la promoción de la unificación en asuntos extra políticos era también uno de los papeles de la comunicación.

Spector (1964) resolvió realzar el papel que juega la comunicación, durante la vida de los individuos, en la formación y en la modificación de sus actitudes fundamentales en relación con la modernización. Observó que en ese sentido los medios masivos estaban cumpliendo las siguientes funciones:

1. Dar forma a las expectativas respecto de objetos materiales y de relaciones éticas y sociales.
2. Fomentar la formación y el mantenimiento de las instituciones que promueven comportamientos innovadores.
3. Propiciar la adopción de innovaciones específicas.
4. Aumentar la capacidad educativa del país por medio de la promoción masiva de actitudes, hábitos y habilidades que conduzcan hacia la modernización.

Davison (1965) no concentró su especificación de las funciones en ningún área en particular. Entre las que propuso se cuentan las siguientes:

1. Ayudar a construír naciones a partir de entidades puramente geográficas.
2. Conjugar los siguientes procesos vitales para la modernización: progreso educativo, desarrollo económico y creación de un sentido de nacionalidad.
3. Facilitar el surgimiento del nuevo liderazgo que se requiere.
4. Activar y fortalecer los deseos de cambio y, por consiguiente, preparar el terreno para la innovación.

5. Involucrar a la gente en la actividad política.

6. Generar el apoyo público para los programas de desarrollo.

7. Ayudar a ofrecer a la gente esperanzas de una vida mejor.

Todas las proposiciones enumeradas hasta ahora contribuyeron de manera directa a la realización del análisis de lo que hace la comunicación por el desarrollo. Sus autores explicaron detalladamente algunas de ellas y las ubicaron dentro de una discusión más amplia de los aspectos de la modernización. Pero, en su mayoría, ellos no intentaron agruparlas bajo sistema alguno de clasificación. Tampoco trataron de formularlas de acuerdo con un marco conceptual particular de naturaleza más amplia. Sin embargo, pronto otros analistas se dedicaron a ello. Sus contribuciones en ese sentido se resumirán de aquí en adelante.

Pool: Las Imágenes que Preceden las Acciones de Desarrollo. La comunicación es un factor tan decisivo en la modernización - opina Pool - que puede considerarse como su nudo gordiano o "cuello de botella". El investigador comienza a evaluar los papeles de la comunicación en la modernización con el rechazo del concepto de que, si se llenan ciertos otros requisitos de tal modernización, el desarrollo de los sistemas de comunicación de alguna manera sobrevendrá automáticamente.

Antes de embarcarse en la especificación de los papeles, Pool intenta brindar un marco de análisis más amplio. Lo hace por medio de una definición indirecta de la modernización de acuerdo con ciertos valores y formas de conducta compartidos por los miembros de un sistema social avanzado. La definición se elabora mediante la especificación de patrones de comportamiento característicos del hombre moderno: (1) un alto nivel de aspiraciones, energía y disciplina; (2) fuertes aspiraciones civiles, especialmente las relacionadas con el mejoramiento de las condiciones materiales de su vida; (3) habilidad para calcular estrategias

en un amplio escenario; y (4) la habilidad para hacer tal cálculo de estrategias con relativamente poca inhibición por la costumbre.

Para completar su definición, Pool utilizó las siguientes generalizaciones respecto de las características claves de una sociedad moderna: (1) en las relaciones interpersonales, disminuye la importancia de la posición social por adscripción, en tanto que aumenta la significación del papel funcional; (2) todos estos factores contribuyen a que el instrumento de asociación organizada se utilice ampliamente en las sociedades modernas; y (3) en algún lugar de la sociedad existe, con posibilidad de recuperarse, información respecto a la ciencia y a la tecnología avanzada.

Pool (1960, p. 282) explica, entonces, sus propósitos en los siguientes términos:

> Nuestra investigación se refiere al grado hasta el cual, y a las formas en las cuales, el funcionamiento de cualesquiera de estas siete características de la vida moderna es susceptible al tipo de sistema de comunicación que existe en un país.

Pool da especial atención a una precondición sicológica de los nuevos comportamientos requeridos por lo moderno: la formación de ciertas imágenes que los individuos tienen que forjar en sus mentes para ser capaces de tomar acciones de desarrollo.

Es en la generación de los estímulos para que esas imágenes ocurran donde Pool ve una de las principales misiones, y probablemente el mayor impacto directo de los medios masivos al servicio del desarrollo.

A continuación aparece una revisión condensada de los principales papeles especificados por Pool:

1. Crear imágenes pro-desarrollo. Los medios contribuyen - directa y poderosamente - a formar las siguientes imágenes en la gente:

(a) Una imagen de todo el mundo, de la comunidad humana total que se extiende más allá de las fronteras de la propia patria.

(b) Una imagen de la parte del globo ya modernizada, una conciencia del hecho de que es posible una vida mejor, un aumento de las expectativas de la gente.

(c) Una imagen de la vida como sujeta a cambio deliberado, a fin de reemplazar a la aceptación fatalista del destino determinado sobrenaturalmente.

(d) Una imagen de lo que es ser culto y educado, de manera que la gente quiera ser alfabetizada, disfrute de los productos culturales, abrace las explicaciones científicas del hombre y de la naturaleza y considere la tecnología como algo natural y conveniente.

(e) Una imagen de la posibilidad de crecimiento económico, una perspectiva de la modernización como una oportunidad de progreso ilimitado y una percepción de ese progreso como una característica normal y contínua de la vida.

2. Promover un deseo compartido para planificar y operar en un gran campo de acción.

El desarrollo no puede ocurrir a nivel nacional real a no ser que la totalidad de la población se involucre en el proceso de cambio. Por consiguiente, las actividades de desarrollo deben realizarse a escala masiva. La industria y el comercio tienen que llegar a millones. Igualmente todas las instituciones del gobierno, particularmente las de educación. La cultura tiene que llegar a cohesionarse de manera que integre la totalidad de sus diversos componentes étnicos y linguísticos. Los partidos políticos y las asociaciones voluntarias deben lograr un grado operativo eficaz a nivel nacional. Y todo eso no puede ocurrir si no es por medio de algún sistema de comunicación masiva.

3. Fomentar la formación o consdidación de una conciencia nacional.

Los medios masivos son sumamente útiles puesto que inducen a unos a pensar en los demás, en las diversas regiones de un país, como miembros de una comunidad nacional, a pesar de lo que impliquen las diferencias que existan entre esas regiones.

4. Generar una identificación con nuevos símbolos, objetivos y situaciones.

Para llegar a incorporarse verdaderamente al proceso de cambio de la vida nacional, la gente tiene que aprender, junto con diferentes valores, metas y normas, los muchos nuevos símbolos, objetivos, situaciones y relaciones personales que el desarrollo trae a la escena. Esto ocurre parcialmente a través de contactos interpersonales pero, además, requiere la contribución facilitadora de los medios masivos.

5. Suministrar un órgano de expresión para promover el desarrollo entre individuos y grupos.

Los líderes naturales de opinión y los grupos e instituciones que surgen inclinados hacia la modernización necesitan ser comprendidos y apoyados por las masas si es que sus esfuerzos innovadores van a tener éxito. Cuando a esos individuos y grupos se les da la oportunidad de comunicarse con la gente a través de los canales masivos, y cuando esos canales abarcan a las actividades en pro del desarrollo de esos innovadores y las divulgan, aumenta notoriamente la influencia de aquellos en el público.

6. Difundir hechos y enseñar algunas habilidades que requiere la modernización.

Estas son probablemente las funciones más evidentes de los medios masivos en una sociedad pero adquieren todavía más importancia en los países en desarrollo.

7. Ayudar a inducir la acción.

El poder de los medios masivos para producir comportamientos reales y específicos ha demostrado ser limitado. Las comunicaciones interpersonales son más

decisivas en este respecto. La comunicación impersonal, sin embargo, se puede utilizar para complementar efectivamente los contactos directos que conducen a los manifiestos comportamientos que se desean.

Puede haber algunas interrogantes acerca del grado hasta el cual Pool pudo lograr la intención declarada de su análisis. Quizás los vínculos entre el marco conceptual más amplio que escogió y los papeles específicos de la comunicación que propuso no siempre sean tan claros y fuertes como se habría deseado. Pero, a pesar de ello, no cabe duda respecto del valor de su tipo de enfoque para la expansión y el refinamiento de la estipulación y explicación de los papeles.

Schramm: El Vigía, el Formulador de Políticas y el Maestro. Schramm (1964) prefirió un enfoque analítico diferente pero igualmente útil. Especificó los papeles de la comunicación en el desarrollo utilizando como marco los papeles que Lasswell propusiera como válidos, en general, para el caso de cualquier sociedad. Ellos fueron: el papel del vigía - informador; el papel del formulador de políticas; y el papel del maestro. Schramm opina que esos papeles concuerdan naturalmente con los requisitos específicos y esenciales de la modernización que se pueden expresar con ajuste a las necesidades de la gente. El afirma que la gente necesita: (1) estar informada acerca de los planes, problemas, tareas y logros del desarrollo; (2) participar en la toma de decisiones sobre asuntos de interés colectivo relacionadas con el desarrollo; y (3) ser capacitada en las habilidades que el reto del desarrollo demanda dominar.

Al expresar los papeles generales de los medios en términos de necesidades específicas de la gente, Schramm hace posible clasificar las funciones particulares de la comunicación según cuáles de esas necesidades va ella a servir. Más aún, ayuda a anticipar cuáles papeles quedarán mejor servidos por los medios masivos de comunicación y cuáles por la comunicación interpersonal. Por consiguiente, considera a los medios masivos como: autosuficientes para realizar la función de

"vigía - informador"; sólamente auxiliares respecto de la función de "formulador de políticas"; y sólo parcialmente aptos para cumplir la función de "maestro" por sí mismos.

Dando estrecha atención a propuestas precursoras sobre el tema, Schramm amplía, articula y perfecciona el esquema. Por medio de ilustraciones detalladas, analogías e informes pertinentes de experiencias en diferentes países, formula una serie de funciones considerablemente integradas.

Hace todo ello a guisa de absolver la pregunta: ¿Qué pueden hacer los medios masivos en el desarrollo? Sus respuestas se pueden condensar de la siguiente manera:

En el Papel de Vigía los medios pueden:

1. Ampliar los horizontes de la gente al alertarla y estimularla para que aproveche las nuevas oportunidades de progresar.
2. Guiar la atención de la gente hacia los temas y asuntos que merecen énfasis entre las muchas actividades comprendidas en el proceso de reforma e innovación.
3. Elevar el nivel de aspiración de las personas al inculcarles nuevas necesidades plausibles, eliminar el fatalismo y la pasividad, y estimularlas para que obtengan mayores logros.

Estas tres funciones se pueden condensar en una más amplia : la creación de un "clima" general favorable al desarrollo.

En el Papel de Formulador de Políticas los medios pueden:

1. Contribuir a divulgar el conocimiento y la aceptación de valores emergentes y nuevas normas.
2. Ampliar el diálogo sobre políticas al aumentar el número de personas que participan activamente en la discusión pública sobre temas políticos.

3. Conferir posición o "status" a los líderes de desarrollo en sentido de dar la oportunidad de visibilidad ante el público no sólo a los altos funcionarios políticos sino también a los innovadores locales y a los funcionarios oficiales que promueven el cambio en el campo, de manera que puedan lograr la comprensión y el apoyo de la gente.

4. Servir de activadores y alimentadores de canales interpersonales claves en cuanto dan orientación, empuje e información a aquellos elementos de la sociedad que son agentes multiplicadores del mensaje y a quienes tienen una fuerte influencia personal en el comportamiento de apreciables sectores de sus comunidades.

5. Incidir sobre actitudes levemente afincadas.

6. Canalizar un poco aquellas actitudes que la gente sostiene con fuerza a fin de eliminar barreras que la cultura tradicional contrapone al desarrollo.

7. Modificar, indirectamente, actitudes muy fuertemente mantenidas.

8. Directamente, crear nuevas actitudes y establecer niveles determinados de información indispensables para hacer posible la modernización, particularmente aquellos relacionados con un sentimiento de nacionalidad y unidad *.

En el Papel de Maestro los medios pueden:

1. Proporcionar ayuda sustancial a todo tipo de educación y entrenamiento (dentro y fuera de la escuela; en la agricultura y en la industria; para niños y para adultos; al servicio del gobierno y como ayuda a la

---

* Frey (1966b) ha hecho notar que algunos escritores se han formado una opinión desfavorable del impacto de los medios masivos en la modernización más que todo sobre la base de su aparentemente modesta influencia en campañas políticas cortas, en unas pocas ventas o campañas de participación y en unos cuantos experimentos con grupos pequeños. El opina que los efectos a largo plazo y los efectos indirectos de los medios, apenas se han estudiado. En la figura 1 aparece una ilustración de esa diversidad de efectos.

empresa privada, etc.), con el objeto de equipar rápidamente a millares o millones de individuos con los muchos principios y técnicas que el desarrollo hace obligatorio y urgente dominar en una sociedad en situación de cambio.

2. Realizar por sí mismos gran parte de la compleja tarea de instrucción que acaba de describirse cuando quiera que los factores limitantes - como la escasez de maestros, de escuelas y de libros - no se puedan superar de otra forma.

Schramm también destaca otras funciones de los medios. Una consiste en ayudar a ensanchar el mercado a medida que se transforma la economía del país. La otra, en inducir a la gente a darse cuenta no solamente de su existencia como nación sino de su condición de miembros del sistema social más amplio: la comunidad universal de naciones interdependientes en la que hoy se ha convertido el mundo.

Después de Schramm, varios otros científicos norteamericanos han contribuido a la investigación desde diferentes puntos de vista, en diversos grados y con diferentes énfasis.

La indagación, por otra parte, es de naturaleza internacional. Investigadores de varios países latinoamericanos y de algunos africanos han comenzado a brindar contribuciones. Algunos trabajos realizados en Francia, España y Alemania atestiguan el interés de Europa en el tema. Y de la India proviene un aporte muy significativo, sobre el cual se informa a continuación.

Rao: A través de las Esferas de la Economía, la Sociedad y la Política. En ese país asiático se escogieron dos villorrios: uno estancado y aislado y el otro en transición hacia lo moderno. Sin una carretera que lo comunicara con el resto del país, el primero había permanecido en estado primitivo, estático y tradicional. Por el contrario, el otro tenía una vía de acceso, por medio de la cual le habían llegado no sólo artículos y gente sino noticias, ideas, aspiraciones y diferentes formas de comportamiento.

Fue en ese ambiente de contrapunto en el cual se instaló el investigador indio Rao (1966) para observar empíricamente y analizar en detalle aquello que hace la comunicación para el desarrollo. Rao escogió como marco de análisis la división conceptual vigente de la sociedad en esferas de actividades especializadas: económicas, sociales y políticas. Luego tomó varias medidas comparativas entre "Khoturu" y "Pathuru", los nombres que recibieron aquellas aldeas rurales para fines del estudio. Las comparaciones suministraron datos sistemáticos suficientes para apoyar conclusiones que son, en esencia, las siguientes:

En la Esfera Económica, la comunicación:

1. Ayuda a las personas a encontrar formas alternativas de ganarse la vida.
2. Reduce la presión sobre las tierras al generar conciencia de los modos alternativos de actividad rentable.
3. Eleva el nivel económico de la familia al aumentar su ingreso total debido a la existencia de actividades individuales adicionales que producen dinero.
4. Crea demanda de bienes de consumo al estimular comportamientos de adquisición, consumo e inversión.
5. Motiva la iniciativa local para satisfacer demandas crecientes, extendiendo - a medida que aumenta para muchos la disponibilidad de información sobre métodos de producción y mercadeo - la clase empresarial. Esto quiebra el monopolio comercial de los ricos.

En la Esfera Social, la comunicación:

1. Ayuda, al hacer que muchos tengan acceso al conocimiento, a que el proceso de disfrute de posición o "status" en vez de darse por herencia se dé por el mérito de realizaciones.
2. Motiva a los analfabetos a dejar de serlo.
3. Ayuda a que la influencia se logre no por el peso de la edad y la posición tradicional sino en virtud del conocimiento y la habilidad.

4. Obliga a los líderes tradicionales a competir por retener sus posiciones y los motiva para que adquieran nuevos conocimientos y se adapten a los cambios, de manera que ahora ejerzan influencia en pro de la modernización.

5. Ayuda a inducir a los padres a enviar a sus hijos a la escuela.

6. Ayuda a la gente a identificar las nuevas normas y a adaptarse a los cambios de manera que logre equilibrio durante un período de cambio rápido.

7. Ayuda a lograr una mayor igualdad y un mayor respeto por la dignidad humana.

En la Esfera Política, la comunicación:

1. Ayuda a que la fuente de poder sea el logro y no la herencia.

2. Motiva a los líderes tradicionales a defender su poder por medio de la elevación de su nivel de información.

3. Ayuda a las masas a darse cuenta de su propia importancia en la estructura del poder y estimula una más amplia participación en la política.

4. Habilita al gobierno y a los partidos políticos para conocer las necesidades y las reacciones del público y, por consiguiente, por medio de la comunicación de retorno, los ayuda a que amolden sus acciones a las demandas del pueblo.

5. Ayuda, a la inversa, a que la gente conozca los planes, posibilidades, programas y dificultades del gobierno, así como a que se entere de los programas y organizaciones de los partidos.

6. Ayuda a que una comunidad o una nación logren el poder por medio de la unión.

7. Coadyuva a lograr mayor equidad y respeto por la dignidad humana en el campo político.

Como una observación pertinente a todos sus sectores de análisis, Rao anota que la interacción constante de la comunicación y el desarrollo hace que el crecimiento y la modernización económicas, sociales y políticos se conviertan en un proceso que se perpetúa a sí mismo.

Finalmente, el investigador indio concentró su atención en ciertos aspectos del proceso de desarrollo, los que consideró como estimulantes de la comunicación así como estimulados por ella. Entre ellos se cuentan: la movilidad física, la habilidad de pensar en términos abstractos; la empatía y la confianza en el futuro.

CAPITULO IV

HACIA UNA TEORIA DE COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

> La especulación y la conjetura, la intuición y el discernimiento, la clasificación y la correlación, todo ello tiene su lugar en cualquier sistema científico; son las materias primas con que se elabora una teoría.
>
> (Percy H. Tannembaum, en Nafziger y White, eds., 1958, p. 51)

> ... Mientras más rápidamente nuestro amigo comienza a intentar construír un sistema de conceptos, relacionando tentativamente todos sus conceptos entre sí, más pronto comenzará a disfrutar de ciertas ventajas.
>
> (Bruce Westley, en Nafziger y White, eds., 1958, p. 51)

> La mayoría de lo que la gente conoce acerca del comportamiento de los demás procede de la observación ... Sin embargo, la observación llena los requisitos de un proceso científico sólamente cuando se realiza sistemáticamente y produce resultados que pueden soportar un escrutinio sobre su exactitud y validez.
>
> (Roy E., Carter Jr., en Nafziger y White, eds., 1958, p. 81)

En el capítulo anterior se ha pasado revista brevemente a las principales proposiciones que existen en la literatura acerca de los papeles de la comunicación en el desarrollo. La finalidad de este capítulo es considerar la posibilidad de utilizar esas propuestas como base para la exploración conceptual adicional sobre el tema así como para la investigación sistemática relacionada con él. El capítulo destacará también la necesidad que tienen los comunicólogos de asumir la responsabilidad de elaborar una muy necesaria teoría sobre comunicación para el desarrollo.

Existen dos limitaciones que restringen la posibilidad de formular tal teoría: (1) la ausencia de una teoría de cambio social o de desarrollo nacional universalmente aceptable; y (2) la falta de una teoría general de comunicación. La no disponibilidad de tales teorías - una deficiencia que es improbable que se remedie en un futuro inmediato - no debería, sin embargo, desanimar los esfuerzos de elaborar una teoría de comunicación para el desarrollo. A duras penas pueden los países en desarrollo permitirse esperar a que estén disponibles tales teorías abarcadoras y de orden superior.

No importa cuán aproximada o tentativamente, se necesita formular una teoría de comunicación para la modernización tan pronto como sea posible. Cuanto más pronto puedan hacerlo los científicos sociales, más rápidamente se beneficiarán los formuladores de políticas y los ejecutores del desarrollo. Además, disponer de aquella haría más viable la investigación empírica sobre los papeles de la comunicación en la modernización.

Un primer paso natural hacia la formulación de esa teoría consiste en resumir, aclarar y desarrollar las diferentes proposiciones existentes sobre el tema. Luego, parece obligatorio realizar la comparación, la clasificación y la integración de dichos planteamientos. De esas operaciones de pulimento y compaginación debería surgir una serie de hipótesis conexas para ser sometidas a estudio. Pero la búsqueda apenas ha comenzado.

Debe haber más de un camino que conduzca hacia la elaboración de la teoría. Uno se insinúa por sí mismo fácilmente: sacar provecho de las proposiciones básicas acerca de los papeles de comunicación formuladas por Pool, Schramm y Rao. Otra forma de enfocar el problema consiste en expandir y refinar los modelos preliminares de comunicación para el desarrollo que ya se han sugerido. Una tercera posibilidad consiste en intentar adaptar las proposiciones sobre los papeles o los modelos preliminares, o ambos, a los modelos de desarrollo

nacional general que parecen heurísticamente prometedores. Las combinaciones de todos esos procedimientos no son, por supuesto, imposibles. Puede haber, además, otros métodos convenientes pero, cualquiera que fuera la ruta inicial, la tarea debería comenzarse de inmediato.

Convergencia de las Proposiciones sobre Papeles

Acaba de sugerirse la posibilidad de usar las especificaciones de papeles producidas por Pool, Schramm y Rao. Ahora es necesario evaluar las oportunidades y las limitaciones manifiestas en esta alternativa.

Cada uno de esos autores realizó su análisis dentro de un esquema particular, como puede observarse fácilmente en sus trabajos, los que fueron condensados en el capítulo anterior. El punto de partida de Pool fue la naturaleza del modernismo. El de Schramm consistió en la naturaleza de la comunicación. Y el de Rao, la naturaleza de la modernización.

Estas caracterizaciones son sugeridas por el presente autor, no por los autores de las proposiciones; por consiguiente, corresponde hacer alguna especificación de tales caracterizaciones. Esta necesidad queda bien atendida con suscribirse a los siguientes conceptos de Black (1967, pp. 6-7):

> Dentro de la generación pasada la expresión modernismo * se ha llegado a emplear más bien ampliamente para describir las características comunes a los países más avanzados en desarrollo tecnológico, político, económico y social y modernización **, para describir el proceso por el cual ellos adquirieron estas características ... Si se necesita una definición, se puede decir que modernización *** es el proceso por el cual las instituciones evolucionadas históricamente se adaptan a las rápidamente cambiantes funciones que reflejan el aumento sin precedentes del saber del hombre, permitiendo el control sobre su ambiente, que acompañó a la revolución científica.

---

* El énfasis no es del original. N. del T. : modernity, en el original.
** El énfasis no es del original.
*** Idem.

Las proposiciones de Pool fueron forjadas en relación con lo que él considera como los atributos que distinguen al hombre moderno o los rasgos característicos de las sociedades que han alcanzado la etapa del modernismo. Schramm elaboró sus proposiciones dentro del patrón general de los servicios que la comunicación presta a la sociedad. Las proposiciones de Rao se organizaron alrededor del impacto que tiene la comunicación al conllevar la modernización económica, social y política.

En suma, Rao y Schramm trabajaron dentro del marco de los procesos paralelos de modernización y comunicación en tanto que mutuamente relacionados; en cambio, Pool realizó su análisis con referencia a la etapa final - un estado determinado de modernismo - a la cual conducen estos procesos conjuntos de modernización y comunicación.

Por consiguiente: (1) si el modernismo es a la vez el atributo de una sociedad desarrollada y la meta de una subdesarrollada; (2) si la modernización es el proceso a través del cual ha de alcanzarse esa meta; y (3) si la comunicación es el puente crucial por medio del cual una sociedad pasa del subdesarrollo al desarrollo, entonces la serie de propuestas suministradas por Pool, Schramm y Rao deben prestarse a una fructífera combinación. Que, en efecto, se pueden combinar se demuestra claramente en el hecho de que hay un alto nivel de coincidencia, y a veces de duplicación, en la mayoría de sus formulaciones. A pesar de sus diversos puntos de partida y pese a que han viajado a través de rutas diferentes hacia las respuestas, los tres autores llegaron - como es fácil ver cuando se comparan muchos de sus enunciados - prácticamente a los mismos puntos de destino. En efecto, sus pasos - como se resume en el Cuadro 1 - se entrecruzaron a menudo.

Cuadro 1. Resumen comparativo de los papeles de la comunicación en el desarrollo, según lo propuesto por Pool, Schramm y Rao *.

Papeles	Pool	Schramm	Rao
1. Crear, en la mente de la gente imágenes pro-desarrollo sobre:			
(a) el mundo entero como una comunidad.	*	*	-
(b) la parte del mundo ya modernizada.	*	-	-
(c) la vida como susceptible a cambio deliberado.	*	*	-
(d) lo que es ser culto y educado, de manera que el pueblo quiera ser alfabetizado, tener mentalidad científica, etc.	*	*	*
(e) la posibilidad del crecimiento económico.	*	*	*
2. Propiciar una disposición para planificar y operar en gran escala.	*	*	*
3. Fomentar la formación o consolidación de una conciencia nacional.	*	*	*
4. Producir identificación con nuevos símbolos, objetos y situaciones.	*	*	*
5. Suministar un órgano de expresión para individuos y grupos que promueven el desarrollo.	*	*	-

* Un asterisco indica la consignación del papel de la comunicación especificado.

Cuadro 1 (cont.) Resumen comparativo de los papeles de la comunicación en el desarrollo, según lo propuesto por Pool, Schramm y Rao *.

Papeles	Pool	Schramm	Rao
6. Divulgar hechos e impartir algunas destrezas requeridas por la modernización.	*	*	-
7. Ayudar a inducir a la acción.	*	*	-
8. Estimular a la gente a que aproveche las nuevas oportunidades de mejoramiento.	*	*	*
9. Dirigir la atención de la gente hacia asuntos y temas que merecen énfasis.	-	*	-
10. Elevar los niveles de aspiración de la gente y ayudar a eliminar el fatalismo y la pasividad.	*	*	-
11. Promover la aceptación de los nuevos valores y normas.	*	*	*
12. Ampliar el diálogo sobre políticas por medio de la promoción de la participación popular en política.	*	*	*
13. Conferir posición (dar "status") a líderes del desarrollo.	*	*	*
14. Servir de activador y alimentador de los canales interpersonales claves.	-	*	-
15. Afectar actitudes levemente afincadas.	-	*	-
16. Canalizar un poco actitudes fuertemente mantenidas.	-	*	-

* Un asterisco indica la consignación del papel de la comunicación especificada.

Cuadro 1 (cont.) Resumen comparativo de los papeles de la comunicación en el desarrollo, según lo propuesto por Pool, Schramm y Rao*.

Papeles	Pool	Schramm	Rao
17. Modificar, indirectamente, actitudes fuertemente mantenidas.	-	*	-
18. Formar, directamente, nuevas actitudes, en particular aquellas relacionadas con la unidad nacional.	*	*	-
19. Auxiliar a todo tipo de educación y entrenamiento.	-	*	-
20. Llevar a cabo por sí mismos una gran parte de la tarea de instrucción.	*	*	-
21. Ayudar a ensanchar el mercado	-	*	-
22. Inducir a la gente a que se de cuenta de su existencia como una nación y de su condición de integrante de la comunidad mundial.	*	*	-
23. Ayudar a que las personas encuentren maneras alternativas de ganarse la vida.	-	-	-
24. Reducir la presión sobre las tierras.	-	-	*
25. Elevar el nivel económico de la familia.	-	-	*
26. Crear demanda por bienes de consumo.	-	*	*
27. Motivar la iniciativa local y el espíritu empresarial para romper los monopolios comerciales.	-	-	*

* Un asterisco indica la consignación del papel de la comunicación especificado.

Cuadro 1 (cont.) Resumen comparativo de los papeles de la comunicación en el desarrollo, según lo propuesto por Pool, Schramm y Rao *.

Papeles	Pool	Schramm	Rao
28. Motivar a los analfabetos para que dejen de serlo.	*	-	*
29. Ayudar a persuadir a los padres a que envíen sus hijos a la escuela.	-	-	*
30. Ayudar a la gente a identificar nuevas normas y a adaptarse a los cambio.	*	*	*
31. Ayudar a que las masas se den cuenta de su propio poder e inducirlas a adquirir participación en la política.	*	*	*
32. Ayudar al gobierno a que se entere de las necesidades y reacciones de la gente, así como a ayudar a ésta a conocer los planes, posibilidades y limitaciones del gobierno.	-	-	*
33. Ayudar a una comunidad o nación a que adquiera poder a través de la unidad.	*	*	*
34. Ayudar a que la influencia de la edad y de la tradición cambie por la del conocimiento y la capacidad.	-	-	*
35. Ayudar a cambiar la fuente de posición social y de poder político de la herencia al logro o realización.	-	-	*
36. Ayudar a generar mayor igualdad y respeto por la dignidad humana en las esferas sociales y políticas.	-	-	*
37. Persuadir al liderazgo tradicional y conservador de que se una a la causa de cambio para la modernización.	-	-	*

* Un asterisco indica la consignación del papel de la comunicación especificado.

El cuadro pone en evidencia los numerosos casos en que coincidieron los tres autores, total o parcialmente, así como aquellos en los cuales al menos dos de ellos estuvieron de acuerdo. En general, hay un alto nivel de concordancia entre los tres autores. Esto indica que la combinación de sus proposiciones ofrece una atractiva oportunidad para la elaboración de una teoría de comunicación para el desarrollo. La alternativa, sin embargo, no está exenta de problemas.

Una limitación consiste en que Pool, Schramm y Rao se han preocupado exclusivamente de los papeles funcionales y de los resultados positivos de la comunicación en el desarrollo. Esta omisión de los papeles "disfuncionales" y de las consecuencias negativas debilita sus argumentos. Hace que los autores parezcan convencidos de que la comunicación puede solamente hacer bien al desarrollo*. También da la impresión de que comparten una fe ilimitada en los méritos y poderes de los medios de comunicación. Sin embargo, no parece probable que ni el sesgo ni la exageración puedan ayudar mucho a la causa del mejoramiento conceptual y práctico de la comunicación.

Efectivamente, Lerner (1967) ha puntualizado, por ejemplo, el peligro que puede existir en elevar - por medio de la comunicación - las expectativas de la gente hasta un nivel tan poco realista que pudiera sólo aumentar, más bien, sus frustraciones. Opina que los medios de comunicación no deberían utilizarse para inducir a la gente a desear lo que no puede conseguir o a esperar lo que

---

* El proceso de modernización tiene consecuencias beneficiosas y efectos contraproducentes en la gente. Ello igualmente ocurre con el proceso de comunicación. Los medios masivos pueden desempeñar papeles "malos" así como "buenos". Es decir, que pueden ser - como lo expresan Lazarsfeld y Merton en el Capítulo III - "funcionales" o "disfuncionales" para la sociedad. Por ejemplo, como añadió Wright (1964) siguiendo a estos autores, la comunicación (a) aumenta las ansiedades; (b) resulta en "privatización", una tendencia a aislarse de un ambiente informativo aplastante; y (c) causa apatía social. De ello se colige que la comunicación puede facilitar o impedir la modernización de una sociedad. Por consiguiente, un análisis de sus consecuencias positivas y negativas o - al menos - una formulación no irrestricta de sus virtudes, puede ser más útil para el desarrollo que solamente plantear esas virtudes.

no llegará. Es claro, entonces, que la comunicación para el desarrollo puede desempeñar papeles negativos.

Definir qué hace la comunicación en el desarrollo (especificación de papeles) es una labor que debe ser vinculada con la del diseño de formas alternativas para usar la comunicación al servicio del desarrollo (formulación de estrategias). Sin embargo, otra limitación de las proposiciones mencionadas es la de que, infortunadamente, permanecen exclusivamente como especificaciones de los papeles.

Una tercera dificultad de las propuestas de Pool, Schramm y Rao reside en la gran amplitud del nivel en que fueron formuladas. La posibilidad de formular generalizaciones de aplicabilidad universal sobre los papeles de la comunicación en el desarrollo no es ilimitada, aún cuando las generalizaciones se validan por alguna evidencia empírica. Tales generalizaciones, que se acercan al nivel de leyes - escasamente disponibles también en otros dominios de las ciencias sociales -, sólo pueden esperarse como el mayor producto final de la investigación científica de largo plazo y como el meollo de la teoría general.

La teoría debería interesarse también en propuestas más limitadas y quizás más prácticas que estipulen qué funciones de la comunicación encajan con qué condiciones culturales particulares bajo cuáles circunstancias determinadas de desarrollo.

Las razones son casi evidentes por sí mismas.

¿Significa el "desarrollo nacional" lo mismo para los mexicanos, los paquistanos y los camboyanos? ¿Es el proceso de modernización de la China comunista comparable con los de Senegal y Filipinas? ¿Son las metas del desarrollo de Indonesia las mismas de Kuwait? ¿Están los cubanos tan interesados en promover la empresa privada como los sudafricanos?

Las respuestas son, obviamente, negativas.

¿Puede, por lo tanto, esperarse que la comunicación desempeñe invariablemente las mismas funciones dentro de diferentes ideologías, estrategias, metodologías, patrones estructurales y niveles de desarrollo de las diversas culturas del mundo subdesarrollado?

Ciertamente que no.

Hay, por cierto, varias similitudes interculturales en el concepto y en la conducta del desarrollo.

Pero es igualmente evidente que cada cultura define y realiza el desarrollo de una manera particular de acuerdo con una serie de circunstancias determinantes. Y las variaciones en esas circunstancias de una cultura a otra influyen en los papeles que juega la comunicación en el desarrollo tal como la comunicación influye sobre aquellas.

Por consiguiente, la especificación de los papeles de la comunicación en la modernización no debería quedar congelada en la etapa inicial de las abstracciones generales intuitivas que pueden implicar - por ser incondicionales - una expectativa irreal de validez universal. La exploración debe ir más adelante en la búsqueda de formas para entrelazar esos papeles - conceptual y empíricamente - con variaciones concretas en las circunstancias determinantes que existen en las situaciones específicas de desarrollo.

Ampliación de los Modelos de Comunicación para el Desarrollo

Al comienzo de este capítulo, se mencionaron otras dos posibilidades para abordar la elaboración de una teoría de la comunicación en la modernización. Serán descritas aquí con mucho menos detalle que el que se ha dado a la primera alternativa, la de la especificación de papeles. Tiene que ser de esta manera puesto que estas alternativas adicionales suponen varias posibles teorías y muchas más complejidades. Por lo tanto, su profundidad y extensión demandan un tipo de tratamiento que excede los propósitos de este trabajo.

Una de estas alternativas se refiere a la posibilidad de ampliar y elaborar los muy pocos modelos preliminares que existen acerca de la comunicación para el desarrollo como tal.

Por ejemplo, Rogers (1967) aplicó el modelo de comunicación general propuesto por Berlo (1960) al proceso de desarrollo nacional general. El paradigma resultante percibe una fuente que transmite un contenido del mensaje por la vía de canales a públicos receptores, teniendo efectos de desarrollo. Para cada uno de estos títulos, el modelo propone un número de variables cuya lista aparece en el Cuadro 2.

Al combinar de varias formas la fuente, el mensaje, el canal, el receptor y las variables de efectos (F-M-C-R-E), Rogers ha producido una serie de generalizaciones * que ayudan a caracterizar comparativamente la naturaleza de la comunicación en las sociedades desarrolladas y en las subdesarrolladas. Aunque el modelo todavía está en una etapa tentativa de conceptualización, parece teóricamente valioso y potencialmente susceptible de verificación empírica.

Pye (1963) analizó las características básicas de los sistemas de comunicación típicos de sociedades tradicionales, en transición y modernas. Pese a que su análisis dió énfasis a la relación de esos sistemas con el desarrollo político, éste podría aplicarse bien al desarrollo nacional general.

Pye considera que la característica sobresaliente de los procesos tradicionales de comunicación es que no se diferencian marcadamente de otros procesos sociales. Es decir que la comunicación no es independiente de la estructura de las relaciones sociales ni del contenido de las comunicaciones. Además, anota, no hay profesionales especializados en comunicación en estas situaciones.

La característica esencial de un sistema moderno de comunicación es, para Pye, la de que no comprende dos etapas o niveles. Una es la de los medios

---

* Las generalizaciones no están reproducidas aquí debido a su cantidad (unas 40) y a que su naturaleza detallada no lo permiten.

Cuadro 2. Variables básicas en el modelo preliminar de comunicación para el desarrollo, de Rogers.

Fuente	Mensaje	Canal	Receptor	Efectos
1. Libertad vs. control	1. Importancia	1. Medios masivos vs. interpersonales vs. los dos combinados	1. Elites vs. masas	1. Conocimiento
2. Papeles del gobierno	2. Atención		2. Rural vs. urbano	2. Actitud/ Opinión/ Creencia
3. Credibilidad (para el público)	3. Temas de desarrollo	2. Medios masivos electrónicos vs. impresos.	3. Altamente expuestos vs. bajamente expuestos.	3. Acciones de comportamiento
4. Disponibilidad	4. Coherencia mutua (unilateral vs. bilateral)	3. Artificial vs. natural (interpersonal)	4. Etc.	4. Etc.
5. Centralización (concentración en la capital)	5. Etc.	4. Liderazgo de opinión		
6. Etc.		5. Etc.		

Fuente: Rogers (1967)

masivos altamente sistematizados y la otra, la de la comunicación directa, de cara a cara. El aspecto crítico de este sistema es que existen relaciones metódicas entre los dos niveles propuestos. Cuanto mejor se relacionen esos niveles, más puede progresar y producir el sistema como un todo. En este sistema sí existen los comunicadores profesionales.

Los sistemas de comunicación en transición, plantea Pye, se caracterizan por una estructura bifurcada y fragmentada. Una parte del sistema se basa en la tecnología moderna, es predominantemente urbano y está dirigido a aquellos sectores de la población que están más "occidentalizados". La otra parte se basa, en cambio, en las relaciones interpersonales por medio de la comunicación directa, de cara a cara; es afín al tradicionalismo, tiende a seguir los patrones de la vida comunal y es predominantemente rural.

En suma, el sistema de transición incluye, pero no combina, características de los sistemas modernos y de los tradicionales. Generalmente, no hay un vínculo directo y fuerte entre los dos sectores del sistema en transición; cada uno opera muy independientemente del otro; por lo tanto, el sistema es, en efecto, fragmentado.

Pye anota, finalmente, que hay diferencias importantes entre los tres sistemas en cuanto al volumen, velocidad y exactitud con que ellos pueden transmitir información.

Es evidente que este modelo ofrece considerables oportunidades para trabajo adicional que guíe hacia una teoría de comunicación para el desarrollo.

Otra oportunidad está constituída por algunas propuestas de Fagen (1966). De nuevo, estas propuestas están centradas en el desarrollo político pero son útiles también como punto de partida para estudiar el lugar de la comunicación en el cambio social en general. Fagen identifica dos modelos básicos de comunicación para el desarrollo: el exógeno y el endógeno.

Basándose en el modelo propuesto por Deutsch *, Fagen sostiene que la movilización social provoca cambios en el conocimiento de la gente y en su percepción del mundo. Estos cambios, a su vez, conducen a fenómenos tales como la ampliación de los estratos políticamente importantes de la población y a modificaciones en la naturaleza de los servicios que se demandan del gobierno. Esto es lo que él llama el modelo de cambio exógeno, puesto que el impulso para el desarrollo político proviene de fuera de la esfera política.

Fagen plantea que el cambio endógeno ocurre cuando se eligen determinadas estrategias políticas y formas de organización, las que, directa o indirectamente, implican cambios en los patrones de comunicación. Una vez que esos patrones están en operación, agrega, conducen a nuevas formas de percibir el yo, el mundo, y la política. Estas percepciones modificadas, a su vez, inducen a cambios en el funcionamiento del sistema político.

La diferencia clave entre los modelos reside en la ubicación del estímulo primordial para cambiar los patrones de comunicación. Los modelos son, sin embargo, aptos para ser combinados, como lo observa Fagen, puesto que se ha descubierto que la comunicación tiene una clara correlación con la modernización y ha demostrado, por consiguiente, ser tanto un antecedente como una consecuencia de factores predominantes en los otros procesos sociales.

Vinculación con los Modelos Generales de Desarrollo Nacional

Finalmente, un tercer acercamiento hacia la teoría consiste en relacionar el análisis de las funciones de la comunicación en la modernización con los modelos generales de desarrollo nacional o las teorías de cambio social.

El vínculo podría intentarse con esquemas económicos, tales como el bien conocido modelo de tres etapas de Rostow. También puede intentárselo con los

---

* El modelo de movilización social de Deutsch fue brevemente descrito en el Capítulo I.

esquemas de correlación de factores múltiples, tales como el de Lerner, o quizás con paradigmas sicológicos como los de McLelland, Hagen y Hoselitz.

Lerner (1957) estima que el desarrollo opera en cuatro fases: la urbanización (en la cual se incluye a la industrialización); la participación en los medios masivos de comunicación; la alfabetización; y la participación política. Sugiere el investigador que es por medio de una secuencia de tal naturaleza - en la cual cada fase actúa recíprocamente con las otras - como las sociedades pasan de etapas tradicionales a las de transición y de éstas a las modernas. La noción fundamental de "empatía" sirve de base al modelo *.

McLelland considera que el trampolín principal para la modernización está constituído por los niveles individuales de motivación de logros. El investigador entiende por tal, esencialmente, un impulso interno de hacerlo bien, más que todo para obtener un sentimiento interior de satisfacción. Algunas personas tienen más de este tipo de motivación que otras. Esto no se debe a razones hereditarias sino a influencias de socialización **. Por tanto, el nivel de motivación de logro de las personas de un país (niños o adultos), su afán de excelencia, puede aumentarse por medio de la educación de manera que contribuya al desarrollo, particularmente en la dimensión empresarial de éste.

---

* Pool (1963) considera la noción de "empatía" de Lerner (una capacidad para identificarse con las ideas, sentimientos, comportamientos o situaciones de alguien) - junto con la "motivación de logros" de McLelland - equivalente a una "tesis atrevida" de que los medios pueden tener profundos efectos caracterológicos en los seres humanos. Es decir, que los medios se consideran como capaces de ayudar a generar nada menos que un "hombre enteramente nuevo" al transformar radicalmente su personalidad. Ese tipo de argumento sólo ha sido propuesto antes por los rusos y los de la República Popular China en nombre de algunos de sus métodos de manipulación del comportamiento por persuasión ligada con coerción.

** N. del T. - Este término técnico sociológico se refiere al proceso por el cual toda sociedad enseña a sus nuevos miembros (niños, inmigrantes, etc.) sus valores y sus normas de conducta.

Hagen (1963) también considera que el origen de la modernización reside en las prácticas de la socialización pero lo ubica específicamente en el primer período de socialización dentro de la institución familiar. Plantea que algunos niños de sectores sociales marginados son criados de manera tal que les permite desarrollar personalidades autónomas y creativas que les conducen a tener iniciativa y espíritu innovador. Este valor surge, a su modo de ver, cuando algún grupo de élite en una sociedad es víctima de un "despojo de una posición de respeto" y cae en un período de retraimiento pero, al cabo de una generación, llega a estar altamente motivado para ejercer el liderazgo de desarrollo, particularmente en la dimensión empresarial del desarrollo económico.

Hoselitz (1957) plantea que la desviación de las normas de comportamiento, la marginalidad cultural y social y la redefinición de los objetivos sociales por una élite modernizante en el poder (por ejemplo, una oligarquía orientada hacia el cambio) constituyen algunas de las principales plataformas de lanzamiento para el cambio social. En las raíces de la modernización, entonces, la inconformidad y sus derivaciones motivacionales se consideran como altamente útiles para el desarrollo.

Se pueden anticipar, por supuesto, dificultades en cualquier intento para integrar los papeles de la comunicación con estos modelos de desarrollo o con otros similares. Una fuente de dificultad la constituyen los problemas relativos a los propios modelos de desarrollo. Respecto de algunos de ellos, se han sugerido por ejemplo, las siguientes limitaciones:

1. Los modelos suponen que el desarrollo es un proceso suave, progresivo y ascendente mientras que, en la práctica, muchos países progresan mediante un tipo de movimiento brusco de saltos y caídas, a menudo doloroso y violento.

2. Los modelos suponen que la modernización es un sinónimo de "occidentalización" mientras que, en la práctica, muchos países subdesarrollados aspiran al desarrollo dentro de su propia configuración cultural pasible de eclécticas influencias externas.

3. Los modelos suponen que los países en desarrollo están orientados hacia formas democráticas y capitalistas de estructura social mientras que, en la práctica, acaso sea inevitable a veces algún grado de autoritarismo y pueda ser deseable alguna influencia socialista en la modernización de muchos de esos países.

4. Los modelos parecen suponer que "el equilibrio dinámico" es el estado definitivo "natural" de un sistema social desarrollado mientras que, en la práctica, el desequilibrio y el conflicto - más bien - pueden constituír su estado "normal".

5. Los modelos son de naturaleza evolucionista y, por lo tanto, no prevén circunstancias revolucionarias que conducen al desarrollo nacional mientras que, en la práctica, la redistribución radical del poder por medio de la revolución puede ser una precondición principal para el desarrollo de ciertos países.

La Conveniencia de un Enfoque Bilateral

A la especificación de los papeles de la comunicación en el desarrollo se acaban de agregar dos alternativas en pos de oportunidades para la elaboración de la teoría: la ampliación de los modelos de comunicación para el desarrollo y la vinculación de esos papeles a los modelos generales de desarrollo nacional.

Semejante condensación analítica de propuestas claves sobre la materia constituye, por supuesto, sólo un primer paso hacia el establecimiento de algunas bases para facilitar la elaboración de una teoría de comunicación para el desarrollo.

La evaluación de esas proposiciones es, sin embargo, suficiente para sustentar la convicción de que las teorías sobre los papeles de la comunicación para el desarrollo no pueden ser logradas fructíferamente en el vacío. Ellas deben hacerse con referencia directa a factores determinantes en el proceso general de desarrollo nacional. Las propias correlaciones halladas entre los dos procesos sugieren la conveniencia de hacerlo así.

Infortunadamente, con las excepciones probables y parciales de los modelos de Lerner * y del modelo de Fagen, parece que no se han hecho intentos para estudiar también los efectos de las variables que no sean de comunicación sobre el proceso de comunicación para el desarrollo. Por consiguiente, el próximo capítulo se dedicará a analizar algunas variables que posiblemente ejercen una influencia determinante en la comunicación para el desarrollo.

---

* Estos modelos se describen suscintamente en el Capítulo V.

CAPITULO V

FACTORES QUE AFECTAN A LOS PAPELES DE LA COMUNICACION EN EL DESARROLLO

> Básicamente, una nación debe responder las grandes preguntas sobre desarrollo humano en general - ¿Quién soy? ¿En qué me quiero convertir? - con el objeto de tener una base firme para una política de comunicación.
>
> (Wilbur Schramm, en Lerner y Schramm, eds., 1967, p. 28)

La mejor manera de intentar la elaboración de una teoría de la comunicación para el desarrollo no puede basarse exclusivamente en lo que la comunicación hace por el desarrollo. La otra cara de la moneda es igualmente importante: cómo es que los factores que predominan en el proceso de desarrollo (1) afectan a la comunicación como un proceso; (2) influyen en el comportamiento de las instituciones de comunicación (los medios masivos u otros diferentes); y (3) determinan los papeles de la comunicación en la modernización. Por esa razón, en este capítulo se tratarán esos fenómenos.

Infortunadamente, todavía no hay, que se sepa, un conjunto amplio y formal de planteamientos relacionados entre sí respecto de factores que no sean de comunicación y que determinen los papeles de la comunicación en el desarrollo nacional general.

Fagen (1966) ha adelantado una serie de planteamientos pero ellos se refieren exclusivamente a factores que determinan el desarrollo político en particular. Esencialmente, él propone cuatro tipos de factores como determinantes de los patrones y uso de la comunicación: (1) económico; (2) sociocultural; (3) político; y (4) histórico.

Entre los factores económicos, Fagen destaca (1) las correlaciones registradas, en numerosas instancias, entre el crecimiento económico y el progreso de

la comunicación; (2) las restricciones financieras que impiden que muchas de las naciones en desarrollo reorganicen y mejoren sus sistemas de comunicación; y (3) las características socioeconómicas tales como la estructura social, la movilidad social, las normas y los tipos de organización social predominantes.

Los factores socioculturales que Fagen pone de relieve son (1) destrezas como la alfabetización; (2) normas como las determinadas por valores tales como el igualitarismo en las sociedades democráticas; y (3) instituciones como la religión.

Fagen (1966, p. 64) se refiere a la influencia determinante de la política sobre la comunicación en los términos siguientes:

> Es innecesario avisar a nadie que esté familiarizado con el mundo moderno que los patrones de la comunicación política difieren considerablemente en sentidos directamente atribuíbles a las diferencias en organización e ideología políticas.

Finalmente, el autor subraya dos determinantes históricas: (1) la naturaleza de la experiencia colonial, y (2) el impacto de ciertos estilos de liderazgo; por ejemplo, los de Castro, Roosevelt o Hitler. También enumera otros factores como: personalidades innovadoras; avances tecnológicos; dislocaciones y trastornos sociales; e influencia y dominación foráneas.

Consideraciones como las anteriores deberían ayudar a aclarar que la comunicación no cumple exactamente las mismas funciones bajo todas y cada una de las circunstancias del desarrollo nacional.

Los cambios en los papeles de la comunicación ocurren por causa de múltiples factores determinantes. Muy probablemente, esos factores varían de una cultura a otra; además, pueden variar, en el tiempo y en el espacio, dentro de cada cultura en particular. La complejidad de esas diversas influencias es de tal magnitud que impide realizar en este ensayo un análisis exhaustivo y totalmente integrante. Sin embargo, es posible avanzar aquí dos pasos:

1. Reconocer la posibilidad de que algunos de los papeles universales de la comunicación en el desarrollo (las virtudes interculturales) entren en un proceso modificatorio determinado por varios patrones establecidos en cada cultura y salgan de tal proceso como funciones específicas que operan en circunstancias particulares. Admitir que algunos de esos papeles universales pueden, sin embargo, mantenerse constantes a través de culturas y de diferentes condiciones dentro de las mismas.

2. Proponer y analizar, de manera más bien breve, algunos de los principales factores que, posiblemente, determinan la naturaleza de esas modificaciones en los papeles de la comunicación en el desarrollo. Se describirán seguidamente ocho de esos factores.

Filosofía Política

En el arte de gobernar países, predomina un viejo antagonismo ideológico: la democracia contra la autócracia, el gobierno por medio de la razón y a cargo de la mayoría, en oposición al gobierno de la minoría y por la fuerza. Probablemente no se dan con facilidad tipos absolutos de estos regímenes. Sin embargo, parece que los tipos que existen son más que suficientes para dar pábulo a diferencias importantes en los papeles de la comunicación.

Un país gobernado bajo una filosofía política democrática debe dar a la comunicación el papel principal de ayudar a forjar consenso. Por lo tanto, los medios de comunicación realizarán las funciones de transportar información entre aquellos que gobiernan y los que son gobernados, para asegurar que las mayorías participen en la toma de decisiones sobre asuntos de interés público y ejerzan fiscalización cívica sobre los actos de gobierno. También, los medios están llamados a ayudar al pueblo en la formación de opiniones. Además, se espera que las instituciones de comunicación faciliten las relaciones entre los

diferentes sectores de la sociedad y destaquen los valores y metas básicos comunes. Paralelo a éso, el gobierno de un sistema democrático garantizará la libertad de información y no monopolizará la propiedad de los medios.

El papel principal de la comunicación en un país bajo una filosofía política autocrática será, generalmente, el de ayudar a asegurar el estricto cumplimiento de las normas del sistema, la obediencia al gobierno y el logro de las metas del Estado. Los medios de comunicación, por lo tanto, cumplirán de manera predominante la función de transmitir a la ciudadanía las normas de conducta fijadas por el gobierno. La comunicación de retorno * estará mucho menos organizada en los sistemas políticos autocráticos puesto que el pueblo sólo tiene en ellos poder insignificante de fiscalización sobre el gobierno. En esos regímenes, son comunes la distorsión abierta a intencional, la retención y la interrupción de la información. Además, ellos imponen usualmente fuertes restricciones a la libertad de información y, por lo general, son los dueños de las principales instituciones de comunicación o ejercen decisivo control sobre aquellas que permiten tener a particulares.

Doctrina Económica

El capitalismo y el socialismo constituyen las alternativas predominantes de orientación económica para el desarrollo del mundo actual. Para los fines de este ensayo, es suficiente distinguirlas brevemente según el concepto de propiedad y de la misión que ellas asignan a los sectores público y privado de la economía.

La doctrina capitalista es partidaria de la propiedad e iniciativa privadas y de la libre empresa como las bases de la economía y, por lo tanto, atribuye al gobierno sólo una función regulatoria menor.

---

* N. del T. - El término técnico "feedback", del original en inglés, se traduce también como retroinformación o retroalimentación.

La doctrina socialista favorece la propiedad del gobierno - total o al menos claramente predominante - de los medios de producción. Cuando permite que exista la empresa privada, generalmente le impone regulaciones estrictas. Rechaza la idea del libre comercio y retiene virtualmente todas las actividades industriales en las manos del Estado, en particular las relacionadas con la energía y el transporte.

De las diferencias en la doctrina económica dependen las diferencias en los papeles de la comunicación.

Entre los muchos papeles principales que el capitalismo asigna a las instituciones de comunicación están promover el ahorro y la inversión y ayudar a ensanchar el mercado y aumentar el consumo de bienes y servicios, así como defender la propiedad privada y propiciar el espíritu empresarial.

En el caso del socialismo, las tareas de los medios son, entre otras, promover el aumento y la mejora del comportamiento de producción y desalentar la competencia individual con ánimo de lucro a la par de fomentar más el trabajo cooperativo y el esfuerzo colectivo para el bien común.

Dirección de los Objetivos

Los esfuerzos de desarrollo se pueden orientar hacia los cambios en la estructura de la sociedad o en las funciones de ella. En el primer caso, lo que se pretende es la alteración de la propia constitución del edificio social, es decir, de la disposición orgánica de sus instituciones. En el otro, la meta es modificar únicamente las operaciones especializadas realizadas por los órganos que componen la estructura, cualquiera que ésta sea.

El control de los recursos y la distribución del poder están entre las características centrales de la estructura de la sociedad.

La utilización de los recursos naturales y la producción de bienes y servicios son fases claves de una función fundamental de la sociedad: asegurar la supervivencia de sus miembros.

Los papeles de la comunicación varían claramente según se intente un cambio estructural o uno funcional.

En la mayoría de los países subdesarrollados, lo que se necesita modificar es la estructura social como pre-requisito para que los cambios funcionales puedan ser óptimamente productivos.

La reforma agraria - la modificación del sistema de tenencia de la tierra - es un ejemplo común de un tipo de cambio estructural. La reorganización del uso de la tierra - por medio de la introducción de la moderna tecnología agrícola - con el fin de aumentar la producción y la productividad es un caso típico de cambio funcional.

La economía de la mayoría de los países subdesarrollados está basada sobre la agricultura y la mayoría de su población vive en las áreas rurales. Por lo tanto, la propiedad de la tierra constituye los cimientos del edificio social. En efecto, de manera característica, la tenencia de la tierra cultivable es monopolio de una minoría. Al tener concentrado en sus manos el poder económico, esa minoría logra fácilmente el dominio político e influye fuertemente en la conducta de las instituciones de educación y comunicación. Bajo tales circunstancias, la estratificación social es máxima y la movilidad social es mínima. Las masas permanecen sumergidas en la ignorancia, el hambre, la miseria y la falta de participación. La sociedad parecería haber sido delineada para impedir el cambio.

En ese tipo de sistema, se pone a la comunicación a desempeñar el papel de cohonestador de la desigualdad y perpetuador del statu-quo. Tiene que fomentar la conformidad y ayudar a asegurar la continuidad de la situación. Por tanto, no ayuda a que ocurra el cambio estructural. Promueve sólo cambios funcionales, prefiriendo los superficiales a los profundos.

Cuando ocurre el cambio estructural en una sociedad, se espera que la comunicación desempeñe una serie de papeles muy diferentes. Por ejemplo: intensificar la agitación social en pro de la reforma; sensibilizar a la élite gobernante y ayudar a persuadirla de que ceda; ayudar a la formación y surgimiento de un nuevo liderazgo; ayudar a organizar a las masas para la participación cívica; estimular la legislación modernizante, etc.

Una vez el sistema social ha experimentado algunas modificaciones básicas en su estructura, la comunicación cambia el rumbo de su empuje para apoyar, en muchas formas, el establecimiento de nuevas instituciones y relaciones y la reformulación de muchas de las funciones de la sociedad.

Ese papel de la comunicación es muy importante para el desarrollo puesto que cambiar la estructura sin tocar las funciones impide que el crecimiento ocurra de manera suficientemente rápida y profunda.

Nivel de Desarrollo

El estudio comparativo del desarrollo coloca a los países en una continuidad que va de una etapa tradicional a una moderna, con múltiples posiciones intermedias, de acuerdo con sus niveles previos de desarrollo.

Cuando quiera que un país muestra signos de avanzar a lo largo de dicha progresión, el sentido de sus objetivos experimenta cambios en el tiempo. Es decir que un sistema social dinámico tiende a evaluar contínuamente sus logros y fallas según criterios cada vez más exigentes que configuran etapas o pasos en el proceso de desarrollo. Una vez que un país ha alcanzado una determinada etapa de esas, establece un nuevo trazo para llegar al siguiente nivel. Estos cambios en las metas del desarrollo determinan cambios en los papeles de la comunicación.

Cuando un país comienza a modernizarse, uno de los papeles esenciales de la comunicación consiste en contribuír a forjar cohesión social a nivel

nacional y un sentimiento de propósito colectivo. Ambos son necesarios para que cada persona se de cuenta de la tarea común y esté dispuesta a participar de ella.

Más tarde, en el proceso de desarrollo, el énfasis del efecto de la comunicación puede desplazarse hacia la capacitación de las personas en los diversos principios y técnicas que necesitan aprender a fin de contribuir al desarrollo y beneficiarse de él en la mejor manera.

Aún más adelante, la función principal de la comunicación puede pasar a ser la de ayudar a consolidar los nuevos valores, instituciones y comportamientos, así como cooperar en la formación de una actitud nacional capaz de lograr la innovación, la cooperación y la productividad autosostenidas.

A qué nivel de desarrollo se considera que un país está en determinado momento es algo que está sujeto a medidas arbitrarias. También son arbitrarios el número y el tipo de fases del desarrollo que se estipulen. Al evaluar su situación y el nivel en que se encuentran, los países pueden emplear o desechar los estándares planteados internacionalmente tanto como los propios modelos de desarrollo basados en el concepto de etapas.

Sin embargo, lo que importa es que, tan pronto como se logren algunas metas temporales de un sistema, se pueda conceptualizar a este sistema como en situación de tránsito hacia la meta siguiente la que, de nuevo, representa un nivel diferente (más alto) de logro en el desarrollo. A la vez que se imprime ese nuevo sentido a los objetivos del desarrollo, los contenidos, los incentivos y los formatos de la comunicación pueden ser revisados y reorganizados para asegurar que se ajusten a dichos objetivos del desarrollo.

Origen del Cambio

El procedimiento mediante el cual los países tratan de desarrollarse tiene numerosos aspectos y, por lo tanto, debe analizarse dandoles la debida atención. Uno de ellos es el origen o punto de partida de los acontecimientos de desarrollo.

El cambio puede ocurrir "espontáneamente" o "por inducción". Un sistema social puede dejar de manera más bien pasiva que ocurran cosas que puedan conducir hacia su crecimiento. O puede organizarse de tal manera que propenda a buscarlo activamente.

Con frecuencia, aunque no necesariamente, el cambio espontáneo implica un proceso de "progreso" lento, más bien superficial y desigual. Involucra tan poca planeación y dirección que, en muchos casos, se puede considerar a menudo como casi vegetativo.

En contraste, el cambio por inducción usualmente involucra un riguroso planeamiento general de las acciones para el desarrollo, profundos cambios estructurales y funcionales, nuevas instituciones y líderes y un ritmo acelerado en la ejecución de las metas.

En el primer caso, se atribuye al gobierno una leve responsabilidad, tutelar y reguladora, de promoción. En el otro, es característico un alto nivel de intervención gubernamental.

Dadas esas diferencias, no se puede esperar que la comunicación opere de la misma manera en ambos casos. El cambio espontáneo requiere sólo muy moderadamente de una "ingeniería del comportamiento". El cambio inducido y dirigido demanda múltiples modificaciones cognoscitivas, afectivas y de comportamiento. Por tanto, exige mucho más de la comunicación.

En el primer caso, los papeles predominantes de la comunicación son los de ayudar a conservar la estabilidad, operar un sistema cerrado de información diseñado para servir únicamente a la élite y mantener a las masas en estado de conformidad. En el segundo caso, la comunicación tiene el reto de realizar numerosos papeles vitales. Por ejemplo: fomentar la unidad; promover la voluntad de desarrollo; ampliar la red de información a través de todo el sistema social; etc.

Proceso de Cambio

Otro aspecto procedimental muy importante del desarrollo nacional es el tipo de proceso de cambio por vía del cual éste va a ocurrir cuando se genera no espontáneamente sino por inducción.

Un proceso de cambio inducido más bien superficial y que excluye a la violencia puede tipificarse como evolucionista. Un proceso de cambio inducido más bien profundo y que usualmente incluye a la violencia puede caracterizarse como revolucionario.

Se entiende aquí por revolución el proceso por el cual el poder, la habilidad de ejercer influencia en el comportamiento de los demás, es redistribuido por medio de la insurrección, casi invariablemente relacionada con algún grado de virulencia física, a fin de alterar el sistema de raíz. Este significado excluye a la simple sustitución de un grupo de poder por otro sin que en la estructura y las funciones del sistema social haya consecuencias profundas en pro del desarrollo. También excluye este significado el caso de transformación social considerablemente profunda que no procede de operaciones de insurrección sino de una radicalización del reformismo.

Cuando la estructura social es permeable a propuestas de cambio y flexible para reajustes, la evolución - en varios grados y en ritmos diferentes - constituye uno de los procesos usuales por los cuales puede ocurrir el desarrollo.

Cuando, por el contrario, los detentores del poder obstinadamente rechazan cualquier sugerencia para la transición, la revolución se puede convertir en el proceso inevitable para alcanzar el desarrollo.

Las estructuras sociales cerradas y rígidas no ofrecen a las masas otra alternativa que la subversión. Dependiendo de las circunstancias, la presión social puede llegar a un punto de explosión donde la única herramienta para iniciar un cambio sustantivo sea una revolución por medio de la insurgencia popular armada.

Una vez más, es probable que la comunicación desempeñe en la evolución papeles distintos de aquellos que se le pide que ejecute en la revolución.

Cuando el cambio se da por evolución, las tareas de la comunicación son múltiples, exigentes y complejas puesto que ella ha de conducir a la gente a cambiar, no a forzarla a que lo haga.

Cuando el cambio se da por revolución, los papeles de la comunicación son menos amplios y quizás menos críticos. La razón es la de que la revolución sustituye abruptamente los valores, altera violentamente las normas y destruye a la vez que crea instituciones súbitamente. La revolución, además, no pugna por lograr acuerdos sino que impone nuevas formas de conducta. La transformación del comportamiento es realizada por medio de acciones. Las palabras se convierten en nada más que auxiliares.

"Mecánica" del Cambio

Los cambios del comportamiento para el desarrollo pueden ser generados por medio de la incitación o recurriendo a la fuerza. Tal dicotomía está formada en este caso por la persuasión y por la coerción.

La persuasión es la habilidad de inducir comportamientos en la gente - exclusivamente por medio de operaciones de comunicación - para ganar su adhesión voluntaria a esos comportamientos.

La coerción es la capacidad de imponer comportamientos en la gente - casi enteramente por medio de operaciones de intimidación o compulsión - sin tener en cuenta su voluntad respecto de esos comportamientos.

Tanto la persuasión como la coerción se pueden considerar como tipos de influencia social pero en tanto que la una conduce a comportamientos motivados por la convicción la otra lleva a aquellos motivados por la obligación. Conforme al modelo de Kelman (1961) sobre el proceso de cambio de opinión, se puede considerar a la persuasión como más capaz que la coerción para producir

respuestas de comportamiento de mayor duración y finalmente autónomas o "internalizadas" *.

Sin embargo, la persuasión es mucho más difícil de realizarse que la coerción. Una persona a quien le llegue un mensaje persuasivo puede, si es que no lo rechaza, tomar mucho tiempo antes de incorporarlo completamente a su repertorio estable de comportamiento. En cambio, una persona sujeta a la coerción de una amenaza, física o de otro tipo, puede rendir rápidamente el comportamiento demandado para escapar a la amenaza o evitar el castigo.

Los papeles de la comunicación son máximos en la persuasión y mínimos en la coerción. Uno de sus papeles en la persuasión, por ejemplo, es el de hacer que la vigilancia del comportamiento sea casi innecesaria. Este es un papel muy importante - directamente relacionado con las necesidades de socialización y control social - puesto que ahorra considerable energía y tensión en el logro de la unidad de comportamiento en el sistema.

Es innecesario especificar otros papeles probables puesto que la mayoría de los enumerados hasta ahora en este capítulo se cumplen por medio de mecanismos de persuasión.

Organización del Cambio en el Tiempo

Finalmente, hay otro aspecto del procedimiento de desarrollo de importancia para este análisis. Consiste en la organización de los esfuerzos de desarrollo en función de determinados arreglos de tiempo o secuencias de oportunidad. La dicotomía reside aquí en tratar de realizar el desarrollo "todo a la vez" o "paso a paso". Es decir, que aquel puede resultar equilibrado o desequilibrado, según ataque simultáneamente varios frentes o los escalone, prefiriendo temporalmente a unos sobre otros.

---

* N. del T. - Este término se refiere a la aceptación voluntaria de un comportamiento propuesto al grado que la persona lo hace suyo interiormente.

Siguiendo el concepto de Oshima (1967), el crecimiento equilibrado puede definirse como un método de desarrollo apoyado sobre la base de la expansión simultánea de todos los sectores de la economía de acuerdo con las demandas de los consumidores y de los negocios. Ningún sector particular recibe una alta prioridad general sobre los demás: la agricultura, por ejemplo, debe crecer a la par con la industria y ambas deben progresar junto con el transpòrte, la comunicación, el comercio y los servicios.

En contraste, por consiguiente, el crecimiento desequilibrado es aquel método de desarrollo basado sobre la asignación de energías preferenciales a algunos sectores de la economía. Un ejemplo común es el de asignar la prioridad principal al sector industrial, particularmente al de tipo pesado, mientras el sector agrícola recibe una prioridad baja. Este enfoque otorga una atención desproporcionadamente alta a la necesidad de generar bienes de capital mientras que el otro busca tanto el aumento de ellos como el de los bienes de consumo.

En una situación de desarrollo equilibrado, uno de los principales papeles de la comunicación puede consistir en ayudar a armonizar los intereses de los diferentes sectores. Dado que ningún Estado en desarrollo tiene el poder financiero de estimular considerablemente a todos y cada uno de los sectores al mismo tiempo, en muchos de ellos el descontento no es algo desusado. La comunicación actúa ahí para ayudar a que tal insatisfacción no alcance ciertos niveles a los que podría ocurrir un desbarajuste social.

La tendencia hacia la ruptura del equilibrio evoluciona más bien fácilmente, en particular cuando uno de los sectores demuestra mucha más productividad que otros. El papel de la comunicación en ese caso es ayudar a controlar la presión de los grupos de interés predispuestos por la situación a alterar el equilibrio.

En una situación de crecimiento desequilibrado - digamos, una donde claramente se prefiere la industria sobre la agricultura, un caso común - la comunicación también puede desempeñar determinados papeles.

Uno muy explicable es el de justificar públicamente las prioridades escogidas. Otro consiste en ayudar a facilitar el proceso de "desruralización" de la población y a mitigar los problemas de la creciente urbanización. Un tercero es ayudar a que las personas se enfrenten a las muchas adaptaciones de comportamiento que les impone la industrialización al alterar la división del trabajo y causar, a veces, una estratificación social aún más aguda. Es muy poco probable que los campesinos, forzados a soportar el peso de los costos de la industrialización, cooperen con el gobierno. Aquí, otra vez, la comunicación también puede ayudar a que disminuya la inquietud de los campesinos y a que realicen cambios funcionales que les proporcionen algún tipo de compensación para su no privilegiada situación.

Precauciones Necesarias en el Análisis

La sección anterior de este capítulo ha servido el propósito de describir algunas de las muchas posibles determinantes de los papeles de la comunicación en el desarrollo. Se mencionaron variables en los siguientes factores de influencia: filosofía política; doctrinas económicas; dirección de los objetivos; nivel de desarrollo; y origen, proceso, "mecánica" y organización del cambio en el tiempo. Se sugirió, luego, que esas variables deben tener un apreciable impacto en la determinación de los papeles que la comunicación va a desempeñar en la modernización. A continuación se analizaron los papeles probables hasta el punto que lo permitieron los límites del presente ensayo.

El análisis, sin embargo, está sujeto a consideraciones que es necesario tener en mente:

1. La especificación de los papeles no fue, ciertamente, exhaustiva.
2. Algunos papeles continúan siendo universalmente aplicables a través de las culturas.
3. Hay variaciones, de tiempo y espacio, dentro de las categorías en la naturaleza de los papeles de la comunicación en el desarrollo.
4. La interacción entre factores condicionantes o influyentes parece altamente probable. Pero la interacción de esos factores y los papeles mismos no tiene que ocurrir automáticamente. En algunos casos, tal vez no existe del todo.
5. Las ocho determinantes señaladas no pertenecen a una sola categoría; ellas pueden agruparse por lo menos en dos campos conceptuales diferentes.
6. Los factores influyentes fueron tratados como dicotomías bien definidas, con el objeto de simplificar su descripción. En la práctica, sin embargo, es posible que haya múltiples posiciones intermedias entre las polaridades extremas.

Parece indicada una mayor reflexión sobre estos puntos.

Una amplia enumeración y descripción de los posibles papeles de la comunicación en el desarrollo puede incluír fácilmente docenas de unidades. Ello tiene que ser de esta manera porque la comunicación satura a la sociedad y es útil para el desarrollo en múltiples maneras. La atención de este capítulo se limitó a unos pocos papeles: aquellos que aparentemente son más comunes en muchos ambientes culturales.

Por otra parte, también se impusieron limitaciones al número de factores que se supuso ejercen influencia en los papeles de la comunicación, pero ellos, a su vez, pueden ser muchos más. Para mencionar sólo uno, se debe decir que la presencia o la ausencia de un "partido de acción social" hace una diferencia

significativa en los papeles de la comunicación. Allá donde un gobierno cuenta con una organización política nacional ampliamente difundida y poderosa la comunicación puede ser mucho más eficaz que en otro donde no existe tal organización. En algunos países en desarrollo, en efecto, ese tipo de organización política no sirve sólo de multiplicador del impacto de los medios sino como un tipo de institución de "medios" en sí, ante la falta de canales masivos.

También se ha propuesto que ciertos papeles de la comunicación en el desarrollo son universales; ellos son quiere decir, desempeñados en todas las culturas. También se ha sugerido que algunos de esos papeles universales son modificados o sustituídos por papeles particulares que surjen de características y necesidades culturales locales. Pero otros papeles universales continúan operando a través de las culturas, a despecho de las variaciones locales. En todas las sociedades, por ejemplo, la comunicación cumple las siguientes funciones: difundir información sobre hechos; fomentar la cohesión y la unidad; servir de agencia de socialización y, en cierto modo, de control social; y enseñar ciertas habilidades a las masas. En efecto, autores como Almond (1960) y Lerner (1963) han analizado, más específicamente, los papeles de la comunicación en la socialización y en el reclutamiento político así como en la articulación y organización de intereses privados para integrarlos a las instituciones públicas que un país requiere para llegar a ser desarrollado. Muchos de los papeles más amplios destacados por Pool, Schramm y Rao son de la misma naturaleza multicultural.

Otra consideración pertinente al presente análisis es la de que hay variaciones de los papeles dentro de cada uno de los ocho factores influyentes propuestos. En su proceso de desarrollo, por ejemplo, el gobierno de un país puede pasar de ser presidido por una filosofía democrática a serlo por una autocrática. Cambios mayores pueden comenzar en un país por revolución pero con el tiempo, ordinariamente volverá a ocurrir por evolución. Un país que sólo estaba ejecutando cambios funcionales puede también llegar a ser capaz de realizar cambios

estructurales. Incluso dentro de una misma ideología, puede ocurrir que dos países difieran sustancialmente en su manera de enfocar el desarrollo. Ese, de acuerdo a Hiniker y Farace (1967), es el caso de la "burocratización técnica" de Rusia y el de la "movilización de las masas" de la China comunista.

Las categorías aquí planteadas no tienen, por tanto, estabilidad indefinida ni es imposible que ellas sean combinadas. Más aún, dentro de un mismo país, puede haber variantes regionales en el nivel de desarrollo, en dirección de los objetivos, en el origen del cambio, etc.

Es lógico suponer que entre los ocho factores influyentes que se han propuesto hay una considerable interacción. Por ejemplo, una filosofía política autocrática puede estar asociada con el cambio inductivo así como con el proceso evolutivo. O una filosofía democrática puede estar asociada con una doctrina económica capitalista, con el crecimiento equilibrado y con el cambio funcional. En otras palabras, es más probable que la falta de relación entre tales factores sea la excepción y no la regla, aunque las combinaciones no tienen que seguir necesariamente un patrón determinado.

En este trabajo también se ha afirmado que debe haber una interacción entre esos factores influyentes y los papeles de la comunicación en la modernización. Sin embargo, quizás tal interacción no se presente siempre. Por ejemplo, en un país que está atravesando por un proceso de cambios estructurales, tal vez su sistema de comunicación sólo desempeñe papeles apropiados al cambio puramente funcional. Un caso típico de esa situación lo constituye la reforma agraria. Por ejemplo, muchos países latinoamericanos que están en el proceso de lograr una redistribución de la tierra no han reorganizado su sistema de comunicación para que sirva a este cambio estructural. Por lo tanto, sus medios no están desempeñando los papeles de acuerdo con lo que se necesita. En efecto, la actuación de algunos de ellos es tan incongruente con la necesidad que tiene el país de esa modificación estructural que los pone a cumplir papeles

en contra de la reforma agraria. También se da el caso opuesto. Algunos de los países que ya han hecho efectiva la reforma agraria han fracasado en el establecimiento de nuevos papeles para que su sistema de comunicación apoye los cambios funcionales requeridos subsiguientemente. Por ejemplo, los medios masivos no están promoviendo suficientemente las innovaciones necesarias para modificar la actividad de producción de alimentos y fibras en las propias regiones donde ha habido redistribución de las tierras.

Hay incluso contradicciones más notorias entre los factores influyentes y los papeles de la comunicación. Una de ellas se presenta entre la "mecánica" de cambio escogida por algunos países y la falta de una selección compatible en lo que respecta al sistema de comunicación. Algunas de las nuevas naciones han nacido por medio de la revolución y pocas de ellas se han decidido por los modelos revolucionarios para alcanzar su desarrollo.

En su mayor parte, sin embargo, los países subdesarrollados están adoptando modelos basados en una "mecánica" de evolución dinámica o de reforma intensificada. Esta selección implicó necesariamente - como una condición concomitante si es que no como un evidente prerrequisito - la organización de un sistema eficiente de comunicación y el delineamiento de nuevos papeles para los medios masivos. Infortunadamente, la mayoría de esos países no se han dado cuenta de esa implicación de su decisión.

Cualquier país que decide conseguir su desarrollo por medios que no sean la revolución asume, automáticamente, la responsabilidad de realizar por medio de la persuasión lo que otros hacen por la compulsión. Es mucho más difícil lograr la persuasión que la sumisión forzosa. Por lo tanto, la primera requiere la reorganización, el incremento y la ampliación del sistema de comunicación. Los países que no se percatan de ello quizás están poniendo en juego la totalidad de su empresa de desarrollo. Dube (1967) se refiere a este punto en los siguientes términos:

> Una serie de fallas costosas y evitables han demostrado al planificador que incluso proyectos de modernización diseñados adecuadamente fracasan en cuanto a su impacto en la gente y en la obtención de los resultados deseados a menos que estén respaldados por un programa de comunicación imaginativo, adecuado y eficaz.

En resumen, con frecuencia puede haber contradicciones entre las ideas y las acciones de desarrollo y las comunicaciones en pro del desarrollo. Esto indica que la interacción sugerida en este ensayo entre los factores supuestamente influyentes y los probables papeles de la comunicación no es perfecta ni constante. A veces, parecería que la voluntad y el esfuerzo de un agente de enlace es un prerrequisito para que exista tal relación. Por ejemplo, el Estado mismo.

También es importante notar que las ocho determinantes propuestas corresponden a dominios diferentes. Entre ellas se pueden observar diferencias puesto que algunos de esos factores se refieren a variables estructurales en la modernización mientras que otros son pertinentes a variables procesales. Por supuesto, serían necesarias definiciones conceptuales refinadas y especificaciones operacionales precisas para poder llevar a cabo cualquier investigación sobre factores como esos.

Una nota final de precaución respecto del análisis se refiere al hecho de que trató a los factores determinantes como tipos polarizados. Lo hizo así porque era conveniente para simplificar la discusión sobre los asuntos esenciales. Pero tal expediente no debe llevar a uno a pensar que no se pueden identificar posiciones intermedias a las dicotomías. Aquellas, en efecto, pueden ser muchas.

Posiblemente, las posiciones extremas, en cualquier sentido, son poco comunes en la mayoría de los países en desarrollo. Por ejemplo, parece que muchos de ellos más bien están tratando de combinar algunas características del capitalismo con algunas del socialismo. Varios están haciendo cuanto pueden para lograr una conciliación entre instituciones democráticas deseables y

procedimientos autoritarios indeseables pero a veces inevitables. Ellos no están sólo absorbiendo y combinando divergentes influencias externas sino tratando de ajustarlas a sus bases autóctonas de pensamiento y proceder. Por consiguiente, las posiciones de esos países en relación con los factores determinantes propuestos pueden muy bien representarse, para cada factor, como puntos a lo largo de una continuidad. Esto aparece en el Cuadro 3, si bien allí sólo se señalan los extremos y el centro.

Determinantes, Papeles y Estrategias

Los ocho factores propuestos como determinantes de los papeles de la comunicación en el desarrollo aparecen en el Cuadro 3 organizados en tres grupos de categorías: ideología, teleología y metodología. Esta agrupación se realizó siguiendo un criterio de afinidad.

En sus intentos de desarrollo, los países usualmente parten - manifiestamente o no y en varios grados de coherencia - de ideas predominantes que incluyen concepciones particulares de (a) la naturaleza, la cultura y la historia y de (b) la naturaleza, las necesidades, los valores, las metas, los derechos y las obligaciones del hombre. Alguna conceptualización de lo que es la sociedad y de cómo se debería perfeccionarla es, casi siempre, una parte de ese esquema. Esto a menudo se expresa en términos de alguna teoría de transformación política y de algún modelo de crecimiento económico. En varios casos, elementos religiosos son también componentes importantes de dicho esquema.

La ideología, por lo tanto, se puede definir como un conjunto de creencias - más que todo políticas y económicas - que trasuntan una interpretación valorativa de la existencia humana y de la realidad social, tanto en términos de la experiencia histórica y de la actividad social actual como en términos de las

Cuadro 3. Factores que determinan los papeles de la comunicación en la modernización.

Factor Influyente	Posiciones en una Continuidad		
Ideología			
Filosofía Política:	Democrática	Ecléctica	Autocrática
Doctrina Económica:	Capitalista	Ecléctica	Socialista
Teleología			
Dirección de los Objetivos:	Estructural	Cambio Estructural y Funcional	Cambio Funcional
Nivel de Desarrollo:	Tradicional	En Transición	Moderno
Metodología			
Origen del Cambio:	Espontaneidad	Combinación	Inducción
Proceso de Cambio:	Evolución	Reforma	Revolución
Mecánica del Cambio:	Persuasión	Persuasión y Coerción	Coerción
Organización del Cambio en el Tiempo	Equilibrado	Selectivo *	Desequilibrado

* Esta posición intermedia se ha propuesto en el trabajo de Oshima (1967), quien considera al desarrollo selectivo como un procedimiento que maximiza las ventajas tanto del desarrollo equilibrado como del desequilibrado y minimiza sus desventajas. Ella implica la selección de proyectos de desarrollo y la concentración del gasto público sobre individuos, familias, instituciones, empresas, regiones

las proyecciones de ellas sobre la ulterior conducción de la vida de la sociedad *.

En su búsqueda del desarrollo, un país se enfrenta constantemente con alternativas de conducta. La selección de aquellas que va a seguir parece depender considerablemente por lo menos de dos factores principales: (a) la influencia de la ideología predominante y (b) la definición del nivel de desarrollo en el que se encuentra el país. Por consiguiente, se puede pensar que la actividad teleológica - comportamientos de formulación de propósitos - preside los esfuerzos del desarrollo organizado.

La teleología, por lo tanto, se puede definir como un conjunto de decisiones que establecen las metas generales, los objetivos específicos y los propósitos finales de los comportamientos de inducción del cambio que van a operar en la sociedad para que ella se desarrolle.

Una vez se hayan establecido los propósitos, y de nuevo bajo la influencia de la ideología, es preciso escoger o forjar medios para alcanzar esos propósitos. Esto se lleva a cabo en relación directa con los recursos humanos, materiales y financieros del sistema social y de acuerdo con los criterios de prioridad y las estipulaciones de ritmo.

La metodología, entonces, se puede definir como un conjunto de procedimientos y de técnicas por medio de las cuales se deben obtener los objetivos escogidos de cambio social.

Posiblemente, la ideología, la teleología y la metodología podrían ser independientes la una de la otra. Este, sin embargo, parece ser rara vez el caso. Muy a menudo, parece darse más bien una concatenación ideológica,

---

* Sigmund (1963) afirma que la ideología del mundo tiene connotaciones adicionales de compromisos (tanto emocional como intelectual) de orientación de la acción (el mantenimiento del statu-quo, que puede ser la meta de las ideologías conservadoras, es en sí una acción) e incluso de distorsiones conscientes de los hechos para ajustarlos a una doctrina preestablecida.

teleológica y metodológica. Por ejemplo, se pueden detectar lógicamente muchas interacciones entre los componentes de éstas tres categorías. Algunas ilustraciones ayudarán a aclarar el punto.

El cambio estructural, una variación del componente titulado dirección de los objetivos, el que es parte de la categoría llamada teleología, se asocia con frecuencia fuertemente a la revolución, una variación del componente llamado proceso de cambio, el que es una parte de la categoría titulada metodología. A la inversa, el cambio funcional usualmente se asocia con el proceso de cambio evolutivo. De manera similar, la ideología democrática normalmente se relaciona con la metodología de la persuasión, mientras que la autocracia se asocia claramente con la coerción.

Por consiguiente, es razonable suponer que probablemente hay una correlación significativa y constante entre la ideología, la teleología y la metodología. La magnitud, sin embargo, de la influencia de cada una sobre las demás, puede no ser igual. Ni, para el caso, debe la secuencia del influjo ser arbitraria.

Lo más probable es, más bien, que (1) la ideología preceda a la teleología, o sea paralela a ella, y ambas precedan a la metodología; (2) la ideología influya más en la teleología y en la metodología de lo que éstas influyan en aquella; y (3) las influencias de la ideología y la teleología sean empíricamente menos separables entre sí de lo que son respecto de la influencia de la metodología.

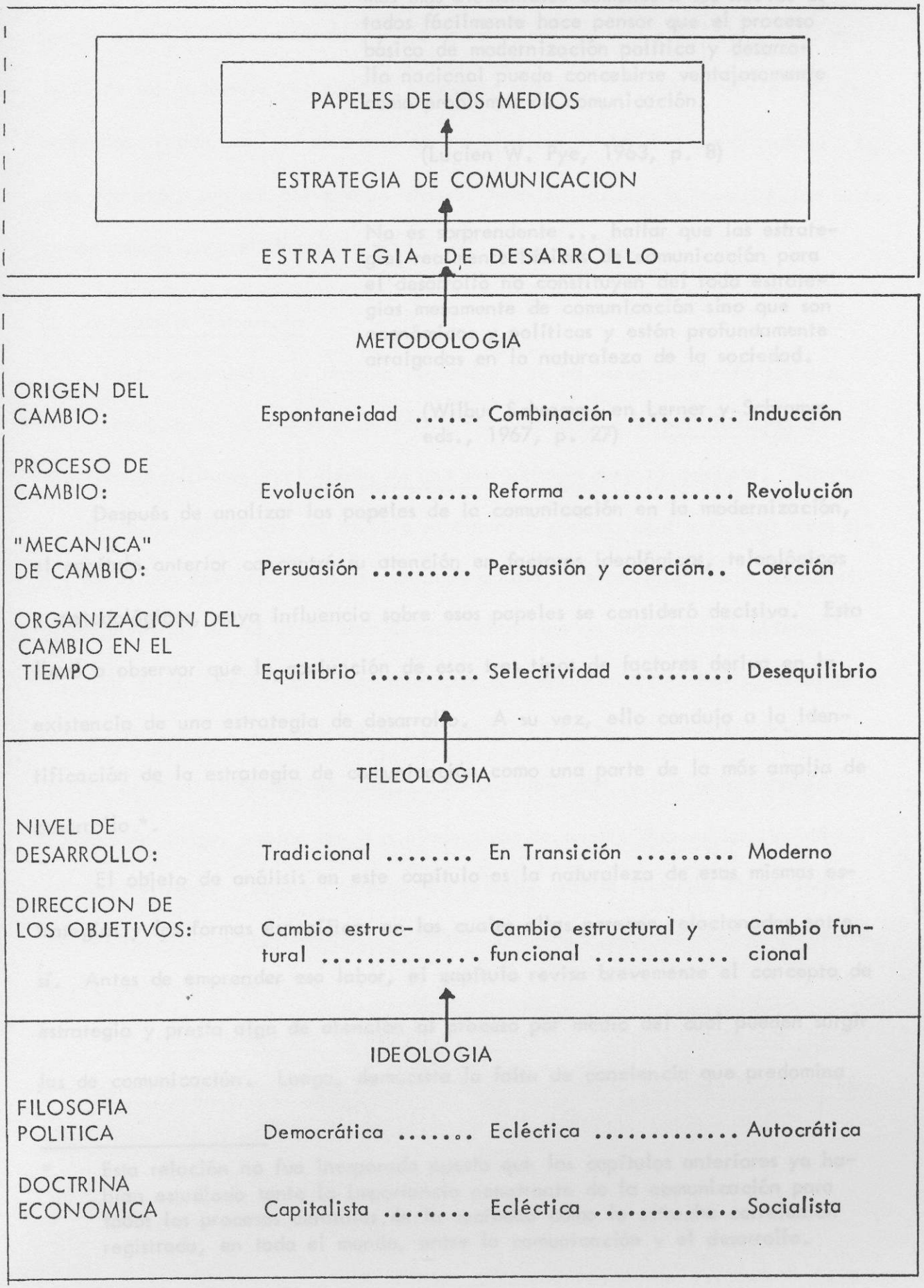
Si todo eso es así, el resultado final de esta concatenación de la ideología, la teleología y la metodología puede tomarse como equivalente a la estrategia del desarrollo nacional, la orientación general de un sistema social hacia el crecimiento. (Cuadro 4).

Si tal estrategia en efecto existe, los papeles de los medios en el desarrollo deben constituír un aspecto de una estrategia de comunicación especializada,

la cual, a su vez, constituye una parte de la más amplia estrategia de desarrollo. (Cuadro 4).

La naturaleza de esas estrategias (las generales y las particulares), el modo en que ellas se interrelacionan y las implicaciones de esa relación para la modernización constituyen el área de interés a que se dedicará primordialmente el último capítulo de este ensayo.

Cuadro 4. Elementos y relaciones en el proceso de formulación de una estrategia para el desarrollo nacional (incluyendo a la comunicación)



CAPITULO VI

LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO Y LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION

> La revisión de cualquier lista de los problemas más elementales comunes a los nuevos Estados fácilmente hace pensar que el proceso básico de modernización política y desarrollo nacional puede concebirse ventajosamente como problemas de comunicación.
>
> (Lucien W. Pye, 1963, p. 8)

> No es sorprendente ... hallar que las estrategias realmente básicas de comunicación para el desarrollo no constituyen del todo estrategias meramente de comunicación sino que son económicas y políticas y están profundamente arraigadas en la naturaleza de la sociedad.
>
> (Wilbur Schramm, en Lerner y Schramm, eds., 1967, p. 27)

Después de analizar los papeles de la comunicación en la modernización, el capítulo anterior concentró su atención en factores ideológicos, teleológicos y metodológicos, cuya influencia sobre esos papeles se consideró decisiva. Esto llevó a observar que la conjunción de esos tres tipos de factores deriva en la existencia de una estrategia de desarrollo. A su vez, ello condujo a la identificación de la estrategia de comunicación como una parte de la más amplia de desarrollo *.

El objeto de análisis en este capítulo es la naturaleza de esas mismas estrategias y las formas específicas en las cuales ellas parecen relacionadas entre sí. Antes de emprender esa labor, el capítulo revisa brevemente el concepto de estrategia y presta algo de atención al proceso por medio del cual pueden surgir las de comunicación. Luego, demuestra la falta de conciencia que predomina

---

* Esta relación no fue inesperada puesto que los capítulos anteriores ya habían estudiado tanto la importancia penetrante de la comunicación para todos los procesos centrales de la sociedad como la estrecha correlación registrada, en todo el mundo, entre la comunicación y el desarrollo.

en la mayoría de los países en desarrollo acerca de los problemas y potencialidades de la comunicación pero destaca una excepción importante a esa regla. Seguidamente, propone que un desarrollo acelerado de las instituciones y recursos de comunicación puede conducir a incrementos mayores en el desarrollo general de las naciones. El capítulo propone, entonces, algunas acciones que los gobiernos pueden realizar para que ocurra el desarrollo de la comunicación. Y, para finalizar, sugiere brevemente algunas áreas en las que la investigación sobre comunicación para el desarrollo parece ser más necesaria.

El Concepto de Estrategia

Tradicionalmente, el término estrategia * se ha usado para referirse a acciones de guerra. Como tal, se refiere esencialmente a la planificación de operaciones militares y al diseño de una metodología para el combate. Ulteriormente, la aplicación de esa palabra se extendió por analogía a muchos otros tipos de acción humana. Esto es adecuado porque, ciertamente, las actividades beligerantes no son el único tipo de actuación humana que requiere planes.

En efecto, se puede pensar que todo comportamiento racional se caracteriza por la presencia de alguna medida para prever el futuro. Antes de actuar, el hombre racional toma una decisión. Una vez que sabe lo que quiere hacer y a donde se dirige, evalúa las vías alternativas de acción disponibles, estimando sus características "pros y "contras" en relación con la probable efectividad, los costos, etc. Luego escoge un camino. Es decir, selecciona algunos medios para alcanzar algunos fines.

Por consiguiente, una estrategia es un plan de comportamiento que involucra decisiones para lograr determinadas metas a través de acciones instrumentales específicas.

---

* El término viene del griego stratos, que significa ejército.

Las decisiones se refieren a qué va a ser hecho por quién, cuándo, dónde, cómo y para qué. Las acciones envuelven el uso del poder, la energía y los recursos en formas y proporciones correspondientes a la magnitud de los objetivos especificados.

El fenómeno del comportamiento estratégico humano puede, por tanto, considerarse como opuesto al fenómeno de comportamiento improvisado o instintivo. Según las circunstancias, estos dos tipos de comportamiento pueden coexistir, por supuesto, en personas racionales. En principio, sin embargo, la conducta estratégica es lo que predomina en ellas. El pensamiento - no importa cuán mínimo o rápido sea - es lo que preside sus movimientos. Es decir, la toma de decisiones constituye para ellos el prerrequisito para realizar acciones.

Comportamiento Estratégico de Comunicación

El proceso de tomar decisiones relativas a estrategias de comunicación se puede considerar como antecedente al proceso de comunicación. Los planes de comunicación preceden a las acciones de comunicación. Pero este proceso de toma de decisiones también se puede considerar como consiguiente a ese proceso de comunicación. El destino del mensaje transmitido - y por tanto de los efectos que la fuente trata de producir en el público meta - depende finalmente de las decisiones del receptor. Las relaciones entre esos procesos aparecen en el Cuadro 5 y serán descritas brevemente más adelante.

En efecto, se puede decir que el proceso de generación de estrategias sobre comunicación envuelve a dos sistemas: el de la fuente y el del receptor *.

---

* Así como es lógico concebir a la fuente como capaz de involucrarse en un proceso de toma de decisiones para una estrategia activa de comunicación (tratar de persuadir), es posible pensar que el receptor puede usar el proceso de toma de decisiones para la estrategia pasiva de ser comunicado (dejar que lo persuadan o no dejar).

Cuadro 5. Relaciones del proceso de comunicación con el proceso de toma de decisiones (respecto del comportamiento de comunicación) que ocurren en la fuente y en el receptor, antes y después, respectivamente, de ese proceso de comunicación.

Proceso de Toma de Decisiones Estrategia activa	Proceso de Comunicación	Proceso de Toma de Decisiones Estrategia pasiva
SISTEMA FUENTE	SISTEMA CANAL - MENSAJE	SISTEMA RECEPTOR
Contenido	Producción	Consumo
Qué	Estructura Tratamiento	Exposición Percepción
Público A quién	Cantidad Longitud	Retención
Intención Para qué	Distribución Oportunidad Frecuencia	Adopción o Rechazo Incorporación (porque el intento de comunicación es eficaz)
Método Cómo y cuándo	Utilización Selección Formas de Uso	..... o ..... Rehusamiento (porque el intento de comunicación es ineficaz)

Además de los sistemas de la fuente y del receptor, el proceso de comunicación implica el sistema de mensaje-canal.

Se puede considerar que el proceso de comunicación se da en el tiempo, entre la ocurrencia del proceso de toma de decisiones en el sistema-fuente y la ocurrencia del mismo proceso en el sistema-receptor.

El proceso de toma de decisiones en el sistema-fuente conduce a funciones de la fuente en la producción, distribución y evaluación de mensajes en el proceso de comunicación. La fuente toma decisiones respecto de qué comunicar, a quién y por qué. Estas son decisiones sobre contenido, público e intención. Seguidamente, la fuente decide cómo y cuándo comunicar. Estas son decisiones metodológicas y son las que característicamente constituyen el núcleo de la estrategia de comunicación. Las decisiones metodológicas involucran aspectos de producción de mensajes tales como la estructura, el tratamiento, la cantidad, la longitud, etc. Ellas también envuelven aspectos de distribución y utilización del mensaje, tales como la oportunidad y la frecuencia y, por supuesto, aspectos de selección y de formas de uso de los canales disponibles. Finalmente, las decisiones metodológicas incluyen - aunque no siempre - aspectos de evaluación del mensaje, tales como previsiones para medir el impacto de la comunicación.

El proceso de comunicación comienza cuando la fuente trata de poner en práctica las estrategias que ha escogido.

El proceso de toma de decisiones en el sistema-receptor está tipificado por una función de consumo selectivo del mensaje y por funciones de adopción o rechazo de la propuesta de comportamiento contenida en el mensaje. Las decisiones pertinentes al consumo envuelven aspectos de exposición (incluyendo la atención), percepción (interpretación) y retención del mensaje. Tras ellas, el

receptor decide incorporar * las propuestas a su repertorio de comportamiento o negarles acceso al mismo. Este último elemento de la voluntad del receptor es el que - en un análisis final - hará efectivo o tornará inefectivo el intento de comunicación de la fuente.

Los procesos de toma de decisiones del receptor y de la fuente inciden sobre el proceso de comunicación. Aquello que decide el comunicador antes de tratar de comunicar debe determinar, en parte, cómo llega a comunicarse realmente. En parte, también, el éxito o el fracaso de ese acto de comunicación debe ser determinado por lo que el receptor de la comunicación decide respecto del mensaje que le fue dado.

Por otro lado, el proceso de comunicación debe incidir sobre los procesos de toma de decisiones. Los ajustes que las fuentes hacen en sus mensajes, como una consecuencia de la comunicación de retorno de los receptores, puede tomarse como un indicador de esa influencia.

La investigación sobre comunicación ha tratado más bien de manera exclusiva las variables en el proceso de comunicación en sí **. No ha tratado la naturaleza de los procesos estratégicos de toma de decisiones que se han considerado aquí como conducentes a ese proceso de comunicación y como derivados del mismo ***. Tampoco se ha referido aquella a la relación mutua antes sugerida como probablemente existente entre estos dos tipos de procesos.

---

* La incorporación puede ser permanente o no. Según Kelman (1961), la incorporación duradera implicaría un proceso de "internalización". La concordancia del comportamiento inducido con el sistema de valores del receptor y la credibilidad de la fuente serán las condiciones antecedentes más importantes para ello.

** Hasta donde sabemos, los investigadores se han dedicado más que todo a los factores del mensaje y canal y a las variables de receptor y público, particularmente en lo que se refiere a los efectos de los primeros sobre los últimos. A la investigación dirigida específicamente al estudio de las combinaciones de canales le falta todavía mucho para llegar a su completo desarrollo. Investigación sobre las variables de fuente y de receptor pertinentes al comportamiento estratégico de toma de decisiones parece que todavía no existe.

*** Una razón de ello puede ser el hecho de que estos procesos obviamente no son pasibles de observación directa, si bien los resultados lo son.

El estudio sistemático de ese proceso y la verificación empírica de dicha relación serían beneficiosos para la actividad general de la comunicación. Sin embargo, deberían ser particularmente útiles para aumentar las estrategias de comunicación para el desarrollo nacional.

Estrategia de Desarrollo, Estrategia de Comunicación y su Relación

La estrategia de desarrollo es el conjunto de decisiones teleológicas y metodológicas generales que forman la base para la programación total y la organización general de los cambios en la sociedad, cuya finalidad es alcanzar determinado estado de modernismo.

La estrategia de comunicación es un conjunto de decisiones respecto de qué va a ser comunicado a quién, cuándo, para qué y cómo.

La estrategia de comunicación para el desarrollo consiste, por tanto, en un conjunto de decisiones sobre comportamiento de comunicación formuladas por derivación directa de una estrategia de desarrolla y al servicio de ella en particular.

Teóricamente, la relación entre la estrategia de desarrollo y la de comunicación diseñada para servirla parece ser muy fuerte.

Por lo tanto, separarlas es únicamente un artificio conceptual para facilitar el análisis.

Por un lado, no puede haber sociedad si no hay comunicación. Así, el proceso de desarrollo social puede darse únicamente por medio del proceso de comunicación *. En consecuencia, el diseño de una estrategia para que un país alcance el desarrollo debería implicar, automáticamente, el diseño de una estrategia de comunicación concurrente que conduzca a ese fin. En efecto, ninguna

---

* El desarrollo a la fuerza no es imposible pero, hasta en ese caso, la comunicación está presente en el proceso al menos en la transmisión de las órdenes de comportamiento que preceden a la aplicación de la fuerza o la acompañan.

estrategia de desarrollo razonable puede excluír previsiones concomitantes de comunicación. Como lo comenta Schramm (1967, p. 31):

> ... Después de que se deciden las cuestiones económicas y políticas básicas - después de que un país ha resuelto la rapidez a la que quiere moverse y el tipo de patrón nacional que desea alcanzar en sú desarrollo -, el país se enfrenta a una serie de decisiones estratégicas sobre la marcha directamente en cuanto al uso de la comunicación.

Por otro lado, una estrategia de comunicación diseñada para prestar servicio a una estrategia de desarrollo sólo tiene sentido si cumple los requisitos y atiende las necesidades de esa estrategia de desarrollo. Ciertamente, ninguna estrategia sensata de comunicación para el desarrollo puede formularse aisladamente de la estrategia general que dirige ese desarrollo. Como lo anotan Davison y George (1961, pp. 437-438):

> En ausencia de una clara política nacional sobre cualquier asunto determinado, el comunicador está en la posición del nadador que patalea en el agua sólo para evitar hundirse; es incapaz de enfilarse hacia dirección alguna.

En suma, cualquier estrategia de desarrollo debería implicar una estrategia de comunicación concurrente y subordinada.

Esto es, en un sentido, igualmente válido para cualquier sociedad sin tomar en cuenta ni el nivel de desarrollo en el que pudiera estar, ni sus objetivos, ni el ritmo que haya fijado para su modernización. La idea, sin embargo, tiene una aplicabilidad mayor para los países menos avanzados puesto que urge a ellos lograr un máximo desarrollo con la mínima demora. Lerner (1967, p. 316) se refiere a ellos de la siguiente manera:

> Ellos quieren "ponerse al día" rápidamente. Por lo tanto necesitan, primero que todo, una teoría de desarrollo económico que aclare en qué quieren ponerse al día. Inmediatamente después, requieren una política de comunicación que muestre cómo ponerse al día en lo que desean.

La estrategia de comunicación, como se ha definido en este trabajo, consiste en un conjunto de decisiones sobre lo que debe ser comunicado a quién,

cuándo, dónde y cómo. Con excepción del "cómo", en el caso de la comunicación para el desarrollo nacional, ninguna de estas decisiones las toman especialistas en comunicación. Lo hacen formuladores de políticas asesorados por autoridades en la materia de que se trata y guiados por estrategos del desarrollo. Estos funcionarios políticos, técnicos y de planeación evalúan la situación, establecen los cursos de acción y fijan las prioridades. Sólo entonces, se llama a los profesionales de comunicación - si es que se lo hace - para que ayuden a convertir las resoluciones en operaciones, los mensajes en comportamientos, los intentos en efectos y los planes en resultados.

En un sentido estricto, por consiguiente, la comunicación para el desarrollo no cuenta con estrategias por sí misma.

Es conveniente dar un ejemplo para ilustrar la situación. Digamos que un gobierno decide que se aumente la producción de trigo del país hasta un porcentaje determinado en cierto período de tiempo. Esta es una decisión técnica y económica que hace parte de la estrategia general de desarrollo nacional. La toman los funcionarios oficiales dirigentes (formuladores de políticas) siguiendo las recomendaciones de los expertos agrícolas y de los especialistas en economía (autoridades en la materia) y con la anuencia de expertos en planeación general (estrategos de desarrollo). La decisión pasa luego, entre otros sectores de la burocracia, a los extensionistas agrícolas (operadores de campo). Su labor consiste en llevar a la práctica la estrategia por medio de la comunicación directa con los agricultores (el sector rural de la población) con el objeto de (a) persuadirlos para que produzcan más trigo; (b) enseñarles la forma de hacerlo; y (c) ayudarles a obtener la ayuda material y financiera que puedan necesitar para lograr el objetivo. Idealmente, estos técnicos - además de conocer a fondo el contenido de los mensajes que van a trasmitir para ejecutar la estrategia - deberían también ser competentes en la "ingeniería del comportamiento humano".

Sin embargo, ésto ocurre muy raramente en la práctica porque su formación universitaria les da conocimientos sobre plantas, suelos, agua y animales pero no sobre cómo ejercer influencia en la conducta humana.

Es en este punto crítico donde el conocimiento y las destrezas de especialistas en comunicación son cruciales para ayudar a cumplir la misión.

Estos especialistas pueden cooperar para que los agentes de campo se conviertan en persuasores efectivos y maestros competentes. Pueden enseñarles los procedimientos y suministrarles las herramientas. Y pueden, inclusive, apoyar los esfuerzos de comunicación interpersonal de los agentes mediante el empleo adicional de canales impersonales y con la combinación de los dos tipos de canales.

A ese nivel de operación, ya se puede hablar de estrategias de comunicación como tales.

En efecto, esos especialistas en comunicación tendrán que tomar, y ayudar a que los agentes tomen, numerosas decisiones específicas - incluso minúsculas - sobre la manera de comunicarse. Esas decisiones dependerán considerablemente de las intenciones de la fuente y de las diferentes características del público. Algunas de las decisiones se referirán a los mensajes: su estructura, forma, estilo, motivación, extensión, frecuencia, etc. Otras - estrechamente vinculadas a las primeras - estarán relacionadas con los canales: cuáles medios de transmisión son más productivos para qué; cuáles mecanismos sensoriales van a ser predominantemente afectados; qué tipos de contacto (individual, de grupo, masivo) son los más adecuados para cuáles propósitos específicos y para cuáles subpúblicos particulares, etc.

Todas esas decisiones, que obviamente no son de naturaleza agrícola ni económica, determinarán - parcial pero considerablemente - el éxito o el fracaso de la estrategia técnica y económica para cultivar más trigo.

Ese poder de influencia ha sido destacado por varios analistas del desarrollo. Por ejemplo, Pye (1963, p. 9) dice:

> Tanto a nivel nacional como al internacional, el proceso de modernización depende de que las personas reciban los nuevos mensajes, las nuevas perspectivas e imágenes de lo que puede ser la vida, y aprendan nuevas respuestas a nuevos estímulos.

Por consiguiente, la selección de determinadas alternativas metodológicas para lograr un objetivo de desarrollo equivale en efecto a la formulación de estrategias. Pero esas decisiones sobre comunicación son puramente instrumentales a la previa estrategia específica de desarrollo en cuestión. Además, aquellas son subsidiarias de la política general de desarrollo que los órganos principales del gobierno - no los comunicadores - han establecido para el país como un todo. Sin embargo, el hecho de que las estrategias de comunicación para el desarrollo estén subordinadas a las estrategias nacionales de desarrollo no hace que las primeras sean insignificantes respecto de las últimas. ¿O acaso la importancia de los pies de un hombre es desestimada por la importancia de su cabeza?

Aún más, en tanto que la comunicación puede existir sin tener un vínculo con el desarrollo, el desarrollo no puede darse sin comunicación.

Por tanto, no se debe desdeñar el hecho de que la comunicación sea un instrumento para el desarrollo.

Antes de que pueda comenzar la actividad del desarrollo, la comunicación debe estar ya en escena suministrando datos de situación para planificar esa acción. La comunicación está siempre presente a lo largo de todo el desenvolvimiento de la acción para el desarrollo. Después de que se ha ejecutado la acción, la comunicación continúa operando aún; es por medio de ella que se evalúan los logros y las deficiencias y se pone la información en las mesas de los planificadores a fin de que puedan evaluar de nuevo la situación, reajustar la estrategia y volver a comenzar la acción. Se trata, pues, de un proceso contínuo en espiral.

Por lo tanto, lejos de ser secundaria, la formulación de estrategias de comunicación para el desarrollo nacional constituye una tarea crucial para dicho desarrollo.

La formulación de tales estrategias no es ningún atributo exclusivo de los profesionales de comunicación. Funcionarios oficiales, técnicos gubernamentales y líderes comunales formulan - aún si sólo de una manera informal y a un nivel simple - numerosas estrategias de comunicación para el desarrollo. El hecho de que quizás no lo hagan siempre bien es asunto diferente. En efecto, usualmente, es probable que sólo unos pocos de ellos desempeñen adecuadamente esta tarea. Esto es natural porque no es lo mismo hablar que ser comprendido ni ser comprensible equivale a poder persuadir. El hecho de que una persona pueda hablar o escribir a otra que puede oir, ver y leer no garantiza, por sí, que habrá entre ellas comunicación efectiva.

Para que sea efectiva y eficiente, la comunicación - en política y en procedimiento - demanda complejas destrezas con las cuales las personas no nacen ni son dotadas por arte de magia. Incluso cuando la gente domina esas habilidades, la multiplicidad de factores que pueden interferir en los intentos de comunicación es tal, que lograr una comunicación completa y real es, en cierto sentido, una proeza.

Por esa razón es que hay personas que se especializan en comunicación. Y es tarea de esos comunicadores profesionales la de ayudar a todos a comunicarse con éxito a fin de que se pueda alcanzar el desarrollo. Desafortunadamente, los gobiernos de los países en desarrollo casi nunca advierten esa realidad.

La Falta de Conciencia Respecto de los Problemas y Potencialidades de la Comunicación

Resolver qué hacer para lograr el desarrollo tiene escasas consecuencias a no ser que también se decida cómo va a hacérselo. Según ya se ha demostrado en este trabajo, la comunicación es una parte fundamental de ese "cómo".

Hay que destacar el hecho de que cada vez que un gobierno toma una decisión relativa a la estrategia de desarrollo también es preciso que tome una paralela sobre la estrategia de comunicación. La estrategia general no puede darse el lujo de ignorar a la estrategia particular que constituye su principal apoyo operativo y herramienta. Sería como tener un arma sin balas. La estrategia particular, a su vez, no puede permitirse el existir independientemente de la estrategia general que le da su razón de ser. Sería como tener las balas pero sin el arma. Lamentablemente, sólo muy pocos de los Estados en desarrollo parecen estar debidamente conscientes de esta realidad.

La mayoría de esos países tienen sistemas de comunicación totalmente inadecuados para servir a sus ambiciosos planes de desarrollo.

Muchos de los países cuyos sistemas de comunicación son relativamente satisfactorios los utilizan con apreciable descuido de sus necesidades y propósitos de desarrollo. Pye (1963, p. 231) anotó:

> Los gobiernos de las sociedades en transición generalmente no cuentan con estrategias completas para los papeles de la comunicación en el desarrollo político. Tampoco tienen, en general, una perceptiva comprensión de las plenas potencialidades de las comunicaciones para forjar políticas coherentes.

Lo que Pye observó en el caso del desarrollo político se puede igualmente aplicar a todos los demás aspectos del desarrollo nacional. Parecería que esos gobiernos pensaran que la comunicación está allí, automáticamente, lista para servir y dispuesta a no cobrar. Presumiblemente, todo lo que se necesita para generar nuevos, diversos y complejos comportamientos en millones de personas es el peso de los despliegues económicos y los insumos tecnológicos.

Los líderes de unos pocos países en desarrollo están conscientes de la importancia de la comunicación en la modernización de sus sociedades. Sin embargo, ellos perciben esa importancia casi exclusivamente en términos de la movilización del apoyo político masivo y del establecimiento de la unidad nacional.

Estos son objetivos plausibles pero ciertamente no los únicos del desarrollo. En verdad, la comunicación tiene mucho más que hacer por la modernización general. Un número todavía menor de dirigentes ya tiene conciencia de este hecho. Esllos desean un mejoramiento generalizado de la comunicación al servicio de las necesidades principales de los programas de desarrollo. En sus países, sin embargo, hay tanta falta de personal, recursos, equipos e instalaciones de comunicación que esa buena intención se olvida rápidamente.

Como anotó Dube (1967), la política de comunicación de los países en desarrollo, siempre y cuando exista formalmente como tal, está constreñida en el tiempo y circunscrita a metas excesivamente particularizadas. Es decir, que su enfoque es aparentemente corto en proyección y estrecho en alcance: sirve únicamente propósitos inmediatos y limitados y no tiene una visión general e integrada de la tarea futura. Por lo tanto, sólo da un aporte mínimo a la construcción de las "infraestructuras de modernización sicológicas y sociales".

De vez en cuando el problema es a la inversa. Hay algunos gobiernos que atribuyen un poder tal a los medios masivos modernos que piensan que tales canales pueden, casi por sí mismos, hacer todo lo que necesita hacerse para alcanzar el desarrollo. La frustración sobreviene pronto a tales expectativas no realistas.

Otras veces algunos gobiernos se valen de los medios masivos para cumplir el único propósito de tratar de adoctrinar a la totalidad de la población de sus países en un solo credo; y hay otros que incluso buscan virtualmente gobernar por medio de la propaganda (Pye, 1963). Esto puede producir dominación política pero, por sí, no conducirá al desarrollo general.

Existen, pues, muchas concepciones erradas acerca del significado de la comunicación y sobre sus papeles en el desarrollo. Pero ellas pueden atribuirse más al conocimiento insuficiente y defectuoso que a un deseo consciente de soslayar

e significación y distorsionar esos papeles. En efecto, a menudo en los discursos políticos se concede importancia a la necesidad de educar y organizar a las masas hacia el modernismo. De manera similar, los planes tecnológicos abogan por la difusión de innovaciones. En realidad, ninguno se opone al mejoramiento de la comunicación. Empero, cuando se trata de la acción concreta, tampoco parece comprometerse nadie a destinar recursos para construir un mecanismo de comunicación acorde a las necesidades del programa de desarrollo nacional.

Una Excepción: Los Países Comunistas

Desde el comienzo del Estado revolucionario ruso hasta el surgimiento de la "democracia del pueblo" en China, los comunistas han dado un alto grado de importancia a la comunicación en el proceso de construcción de la nación.

Ese reconocimiento fue incorporado a la política nacional general desde los comienzos de la URSS. Al resolver "qué hacer", Lenin ya consignó a la comunicación como una herramienta fundamental para el desarrollo del comunismo. Exhortó a sus seguidores a "dirigirse a todas las clases de la población" y especificó sus papeles como los de "teóricos, propagandistas, agitadores y organizadores". Como lo supo el mundo más adelante, tal exhortación no fue en vano.

La filosofía política y la teoría de comunicación se hallan tan íntimamente relacionadas en la doctrina comunista que no es fácil distinguir a la una de la otra. Por consiguiente, la política de desarrollo y la estrategia de comunicación son también inseparables en la práctica. La comunicación no consiste en algo que se deja para que simplemente ocurra de algún modo en la modernización de los Estados comunistas. Es algo que se organiza y lleva a cabo intencionalmente para que la modernización resulte posible y rápida.

Los comunistas no usan los medios de comunicación sólo como canales de propaganda e información. Los utilizan también como instituciones aptas para

facilitar la organización social, intensificar la interacción colectiva y generar - con sorprendente velocidad relativa - la cohesión social y la unidad nacional. Una característica central de ese enfoque la constituye la vinculación sistemática de canales masivos con los de grupo, de la comunicación impersonal con la interpersonal. Al hacer ésto en un alto grado, los comunistas pueden: (1) superar o, al menos, atenuar las limitaciones que tenga el Estado para construír y manejar un sistema de comunicación general moderno comparable al de las sociedades no comunistas más avanzadas; (2) compensar las limitaciones intrínsecas que hay en la capacidad de los medios masivos para modificar actitudes arraigadas; (3) involucrar virtualmente a todo el mundo en las tareas del desarrollo nacional; y (4) aumentar en sumo grado la habilidad gubernamental para impartir reglas de comportamiento a los ciudadanos, verificar el cumplimiento de esas reglas y lograr de las personas comunicación de retorno.

Pero los comunistas esperan que las instituciones de comunicación no sólo les ayuden a cambiar algunas actitudes en la gente o a generar en los individuos, de vez en cuando, comportamientos específicos. También exigen de la comunicación la capacidad nada menos que para transformar la personalidad total de los hombres.

Es cierto que tal transformación puede estar orientada, en los países comunistas, hacia la "creación" de un nuevo tipo de hombre totalmente - y a menudo dogmáticamente - convencido de la superioridad de la doctrina y la causa socialista, así como completamente obediente al Estado. Pero eso no quiere decir que un cambio caracterológico no pudiera dirigirse, más bien, hacia metas no ideológicas. Por ejemplo, en vez de persuadir a un agricultor para que cambie un día una práctica agrícola y renuncie, otro día, a un hábito o creencia poco convenientes, las instituciones de comunicación podrían tal vez influír

para que ese agricultor se convirtiera general y permanentemente en un innovador o podrían, al menos, inculcar esa característica en el carácter de los niños de las nuevas generaciones.

Eso quiere decir que la energía de la persuasión no tendería a ocasionar modificaciones de comportamiento aisladas y en su mayor parte menores. Estaría orientada hacia el objetivo ambicioso de reformar la siquis humana como un todo, orientándola hacia una voluntad de cambio autosostenida y hacia un constante afán de modernización.

En su empeño de producir el cambio caracterológico, los comunistas no han vacilado en recurrir a veces a la tortura sicológica, al trastorno del contexto social del individuo, a la presión pública y organizada para la "confesión, el arrepentimiento y la regeneración", e incluso a la violencia física. Quizás, sin embargo, los cambios caracterológicos en la gente - al menos los parciales - se puedan lograr por medio de métodos éticos y no violentos *. Si así fuera, todos los países - sin tener en cuenta sus ideologías - podrían algún día contar con una nueva y muy poderosa herramienta para lograr su modernización y crecimiento.

Mao-Tse-tung llevó las prescripciones rusas sobre el uso de la comunicación para el desarrollo mucho más allá del punto en que los mismos soviéticos imaginaron. Como lo anota Liu (1966):

> Quizás ninguna nación emergente excepto China Comunista ha integrado tan ampliamente el desarrollo de un sistema de medios masivos con la industrialización y la modernización nacionales. En China Comunista, la inversión gubernamental en medios audiovisuales - radio y cine - es incluso mayor que en los otros medios...

---

* Los experimentos de McLelland para elevar, por medio de técnicas especiales de entrenamiento, los niveles de motivación de logros en empresarios, son un ejemplo significativo de esta posibilidad.

A los resultados de tal integración se puede atribuír, en no escasa medida, la impresionante rapidez con la cual la China comunista está pasando de la etapa "tradicional" a aquella de "transición".

Desde los toscos caracteres del rudimentario "Tatzepao" (cartel verbal hecho individualmente a mano en gran cantidad) hasta las refinadas y temibles manipulaciones sicológicas de "Tou Cheng" (reforma del pensamiento por medio de la crítica pública y personal), la China comunista se ha convertido - en no más de veinte años - en una dramática demostración de lo que puede hacer la comunicación para ayudar a ocasionar la modernización a escala masiva.

El hecho de que no sea desusado para los comunistas utilizar la coerción junto con la persuasión es censurable. Sin embargo, cuando se retira la fuerza de la escena, las aptitudes de su sistema de comunicación todavía tienen valor propio. Ellas están, por supuesto, muy respaldadas por el hecho de que existe, al tiempo con la organización burocrática, una organización de "asociaciones masivas" - sindicatos de trabajadores, ligas juveniles, federaciones de agricultores, etc. - dirigidas por un partido a escala nacional que gobierna a millares de cuadros directivos y activistas voluntarios. Estas instituciones de comunicación de grupo tienen una estrecha coordinación con las instituciones de los medios masivos.

En suma, los chinos comunistas han sido capaces de poner a trabajar a la comunicación como un antecedente directo importante de la modernización.

Al actuar de esa forma, aunque su sistema de comunicación ciertamente no es perfecto *, ellos han superado hasta ahora a todos los países en vías de desarrollo no comunistas del mundo. He aquí algunas de las razones para ello:

---

* Por ejemplo, la reciente crisis de la "gran revolución cultural proletaria", que reveló un conflicto de poder más profundo, es considerada por algunos analistas como una indicación de que el sistema de persuasión y movilización masiva de la China comunista no ha podido asegurar totalmente la unidad nacional ni una obediencia absoluta a los actuales gobernantes del país.

1. La China comunista no espera que el progreso de la comunicación sea una consecuencia del desarrollo nacional. Se pone a lograr que la comunicación trabaje para producir ese desarrollo. La organiza y le asigna alta prioridad y recursos proporcionales a ella.
2. Tanto en el gobierno como en el partido existen órganos especializados en comunicación al más alto nivel de formulación de políticas. Estrategos de comunicación comparten posiciones directivas con políticos y tecnócratas.
3. Las combinaciones de los medios masivos con comunicaciones interpersonales reciben una alta prioridad a fin de expandir el poderío total de información y superar el analfabetismo y otras barreras que impiden una verdadera interacción nacional para el desarrollo.
4. Modalidades tradicionales de comunicación se adaptan de una forma imaginativa para que sirvan a los fines de la modernización.
5. El desarrollo no constituye una preocupación únicamente gubernamental. Es competencia del pueblo. Por tanto, la comunicación para el desarrollo es una obligación de todos.

Algunos de los principales rasgos que caracterizan a las estrategias de comunicación de la China comunista son los siguientes:

1. Junto con la multiplicidad de los canales para aumentar las oportunidades de exposición, la capacidad de penetración del mensaje se procura casi con obsesión a fin de asegurar la reexposición hasta un punto cercano a la saturación.
2. La sola exposición - a despecho de por cuántos canales ocurra y de con cuánta frecuencia se repita - no es suficiente. Tiene que ir acompañada de una alta intensidad del mensaje con el objeto de que la profundidad esté por encima del volumen. Las omnipresentes "campañas" son la ilustración sobresaliente de la premisa.

3. La comunicación múltiple, frecuente e intensa escasamente tiene importancia a menos que sea capaz de provocar los comportamientos específicos finales propuestos. Por lo tanto, se procuran resueltamente el compromiso público y la acción ejecutora consiguiente.

Estos y otros elementos sobre estrategia constituyen, por supuesto, una parte del arsenal de varios comunicadores profesionales en las sociedades no comunistas. Pero ellos no los han utilizado ni a la misma escala ni al mismo nivel de eficacia de los persuasores chinos comunistas. Por lo tanto, con las reservas y las cautelas del caso, los no comunistas tienen algo que aprender de los comunistas en asuntos de comunicación para el desarrollo.

El Desarrollo de la Comunicación como Iniciador del Desarrollo Nacional

La vital utilidad de la comunicación para el desarrollo se puede demostrar como claramente lo indica el caso de la China comunista. Sin embargo, el análisis de la situación en la mayoría de los otros países en desarrollo apunta, en forma bastante desalentadora, hacia un callejón sin salida. Debido a que los países son subdesarrollados sus sistemas de comunicación también son subdesarrollados. Y, puesto que sus sistemas de comunicación no son desarrollados, ellos no pueden contribuír tanto como debieran al desarrollo general de esos países. El problema, por consiguiente, gira alrededor de un círculo vicioso.

India, por ejemplo, es un país claramente resuelto a superar el subdesarrollo. Más aún, su gobierno está consciente de la necesidad de mejorar el sistema de comunicación como un requisito para lograr ese desarrollo. En efecto, India es uno de los países donde se han hecho intentos exitosos en la organización de combinaciones de medios masivos con comunicación interpersonal a fin de ampliar la red nacional de comunicación; por ejemplo, los "radioforos" rurales. El plan maestro de desarrollo del país consignó el desarrollo de la

comunicación a un apreciable nivel de prioridad. Pero ¿cuánto dinero ha invertido realmente India en ese tipo de desarrollo? En la práctica, como lo demostró Pool (1963), la prioridad que se le ha asignado al desarrollo de instalaciones de radiodifusión es muy baja. Los gastos por ese concepto representaron la ínfima cantidad de un décimo del uno porciento del presupuesto nacional. ¿Por qué? Porque el dinero tuvo que usarse en muchos otros proyectos de desarrollo. No podía ser "distraído" en asuntos de comunicación. Eso equivale a la paradoja de decir: "Tenemos poco dinero. Por lo tanto, no podemos darnos el lujo de gastar mucho en la persuasión, la movilización y la educación del pueblo. Tenemos que utilizar el dinero para ¡... el desarrollo"!

El caso indio no es una excepción aislada. Para comenzar, casi ningún país incluye formalmente el desarrollo de la comunicación en su estrategia general de desarrollo. Sus presupuestos destinan fondos solamente para servicios postales, sistemas radiofónicos privados e instalaciones telegráficas. Además, incluyen, diseminados a través de los órganos de la administración nacional, magros fondos para producir material de información, más que todo impresos y de tipo propagandístico. Pero, en general, ni siquiera se hace alusión en los planes ni se consigna el dinero en los presupuestos para organizar específicamente la comunicación social humana para el desarrollo. Y cuando una suma, si es que del todo alguna, se destina para esa finalidad, los gastos resultantes se colocan en la columna de "consumo" del inventario. El gasto en la educación y promoción masiva no se considera, por lo tanto, al menos implícitamente, como una inversión productiva para la modernización. Incluso algunos economistas están en desacuerdo con ese criterio. Por ejemplo, Galbraith (1964, p. 81) afirma:

En efecto, la educación tiene gran importancia como un objeto de consumo inmediato y también como un tipo de inversión para producción futura. No es ni consumo ni inversión por sí solos, sino ambos *. Considerar a la educación como una forma de consumo, dada la importancia que el país en desarrollo atribuye a la inversión, es arriesgarse a asignarle una prioridad excesivamente baja.

Galbraith anota que eso es lo que virtualmente han hecho algunos de los Estados emergentes. Con todo, como él lo dice, algunos estudios - como los de Thedore Schultz, otro economista - han demostrado que un dólar invertido en el mejoramiento intelectual de los seres humanos producirá, con frecuencia, un aumento mayor en el ingreso nacional que un dólar dedicado a la construcción de represas, ferrocarriles u otros bienes tangibles de capital.

En efecto, es la gente la que tiene que desarrollarse primero si su país ha de llegar a ser desarrollado. Son los millones de seres humanos quienes tienen que ser inducidos - por medio de una comunicación organizada y eficiente - a cambiar sus sentimientos, pensamientos y conducta de manera que - a su turno - cambien productivamente su ambiente. Y cambiar a un hombre - modificando su universo sicológico y transformando su circunstancia social - es una labor mucho más difícil y delicada que cambiar el curso de los ríos, la composición de los suelos y la conducta de plantas y animales.

Por consiguiente, la reorganización de las instituciones que facilitan la interacción humana, de los procesos que inducen la transformación y de los mecanismos que provocan la movilización social, no pueden quedarse esperando pasivamente hasta que de alguna manera se logre alguna medida de desarrollo general.

En otras palabras, la comunicación debe hacer mucho en favor del desarrollo antes de que el desarrollo pueda hacer algo por la comunicación. Es evidente que, en la mayoría de las veces, las naciones desarrolladas tienen sistemas

---

* El énfasis es de Galbraith.

de comunicación desarrollados y los países subdesarrollados, sistemas de comunicación subdesarrollados. Pero la correlación no debería servir para predicar un evangelio de resignación. Sólo las naciones desarrolladas pueden darse el lujo de permanecer satisfechas.

Los países subdesarrollados tienen que tratar de alterar en alguna forma la naturaleza de esa interacción. Deben comenzar por desarrollar - por medio de un esfuerzo especialmente intenso - su sistema de comunicación hasta el punto en que haga posible la ocurrencia de un elevado desarrollo nacional en general.

Una vez que se haya alcanzado ese punto de lanzamiento - el que, por supuesto, variará de país a país - el desarrollo de la comunicación no requerirá ser mantenido a la misma intensidad original; puede, por un tiempo, permanecer relativamente estacionario pero todavía productivo. Su nivel de desarrollo, posiblemente, sería pronto igualado por el del desarrollo nacional general. Además, si el desarrollo de la comunicación ha sido llevado a cabo en forma adecuada, el nivel de desarrollo general deberá, en adelante, excederlo. A su vez, sin embargo, el desarrollo general incrementado debería proveer más adelante la base para que el desarrollo de la comunicación lo alcance. A partir de entonces, ambos deberían poder crecer a la par. Al final - una vez el país haya conseguido una etapa satisfactoria de crecimiento autoimpulsado hacia el modernismo - el desarrollo de la comunicación y el desarrollo ganacional general deberían llegar a tener una estabilidad paralela y a aumentar simultáneamente por medio del estímulo mutuo *.

---

* Por ejemplo, de acuerdo con un estudio de Cutright (1963), España podría considerarse como un ejemplo de un país que parece estar alcanzando ese punto de paralelismo. Por un número de años, allí el desarrollo de la comunicación continuó progresando mientras que el desarrollo general se quedó atrás y el desarrollo político permaneció estancado. Recientemente, se ha presentado algún aumento considerable en la tasa de desarrollo económico y, en la actualidad, el desarrollo político parece estarse acelerando, quizás como respuesta a una tendencia hacia el equilibrio entre los sectores en el proceso de modernización. El nivel más bien alto del desarrollo de la comunicación puede identificarse como una de las explicaciones principales para esos aumentos en los sectores político y económico.

No se propone aquí que los gobiernos suspendan todos los proyectos de desarrollo general y dediquen toda su energía y recursos, aún si sólo por poco tiempo, al desarrollo de los sistemas de comunicación de sus países. Obviamente, incluso si tal cosa fuera posible, no sería conveniente puesto que, por sí misma, no ocasionaría la modernización.

Lo que se propone aquí es que - como simplificación, hasta un límite razonable y por un período de tiempo limitado - se destinara una proporción considerable de los recursos de un país al desarrollo de la comunicación. Esto haría posible el esfuerzo tan intenso requerido para llevar a la comunicación hasta un nivel de desarrollo algo mayor que el del desarrollo nacional general; justo lo suficiente, es decir, para hacerlo más viable y rápido que el desarrollo general.

El esfuerzo, entonces, no debería hacerse por el bien del mejoramiento de la comunicación como tal sino para facilitar la modernización de un país. Sería un expediente para romper el círculo vicioso mencionado antes, un recurso para dar a la comunicación la oportunidad de desplegar su completo potencial como uno de los requisitos más importantes para el desarrollo nacional.

La modernización no es un acontecimiento mágico. El desarrollo es aquello que la gente hace para crecer como una nación verdadera y vital. Y es bien poco lo que las personas pueden hacer sin comunicarse en forma efectiva y eficaz.

En efecto, la comunicación social es para el desarrollo lo que combustible para un vehículo espacial. Es muy necesario para lanzarlo hacia su meta. Pero, una vez que lo ha ayudado a lanzarse, la necesidad del combustible disminuye a medida que el vehículo es capaz de impulsarse por sí mismo y de generar, si es necesario, energía adicional para su movimiento.

Recomendaciones para la Acción

En el supuesto de que un país decidiera hacer aquel intenso esfuerzo para desarrollar su sistema de comunicación de modo que acelere su modernización general, ¿cómo lo haría?

No hay respuestas únicas ni simples para la pregunta. Cada país tendría que dar la suya según sus intenciones, recursos y limitaciones. Ciertamente, se necesitaría un plan especial para cada caso.

Lo que es posible esbozar es unas pocas sugerencias concretas - aunque generales y tentativas - como referencia inicial para cualquier gobierno que pudiera llegar a interesarse en llevar a cabo el experimento. Resumidas como una derivación de las discusiones de las páginas anteriores, esas recomendaciones para la acción son las siguientes:

1. El desarrollo de las naciones exige el desarrollo de la comunicación. Por lo tanto, la estrategia general de modernización debe incluír la estrategia particular de comunicación, la que es subsidiaria pero crucialmente útil para ella.

Esto, esencialmente, implica:

a. Promover conciencia de la significación y los papeles de la comunicación en el desarrollo entre los formuladores de políticas claves: los líderes políticos, los especialista en planeación, los ejecutores técnicos y los funcionarios administrativos y financieros.

b. Incorporar medidas de comunicación a las políticas y planes generales de desarrollo nacional y dar a los estrategas de la comunicación una oportunidad de contribuír a la toma de decisiones de alto nivel sobre la modernización.

c. Destinar - como una inversión más que como una cuestión de consumo - fondos específicos para el desarrollo de la comunicación a una escala que realmente corresponda a la magnitud y urgencia de los proyectos de desarrollo general.

2. La intensificación temporal del desarrollo de la comunicación puede actuar como poderoso facilitador y acelerador de la modernización general y,

como tal, merece una alta prioridad hasta que haya cooperado sustancialmente a movilizar un país hacia su desarrollo sostenido.

Esencialmente, ésto implica:

a. Mejorar los mecanismos de comunicación y aumentar los niveles de comunicación dentro del gobierno, entre las personas, del gobierno hacia las personas y de éstas hacia el gobierno.

b. Mejorar y ampliar cualesquiera instituciones de comunicación que existan - medios masivos, interpersonales y combinados - y establecer, donde sea necesario, otras nuevas y más eficientes, tanto por medio de la acción del gobierno como por la iniciativa privada.

c. Hacer un esfuerzo especial para modernizar y vitalizar la comunicación para el desarrollo rural, puesto que en casi todos los países en desarrollo, la economía es primordialmente agrícola y la mayoría de la población vive en las áreas rurales.

3. La política adecuada y el apoyo económico son condiciones necesarias pero no suficientes para generar el desarrollo de la comunicación. Por consiguiente, se requiere un esfuerzo rápido y considerable para adoctrinar y capacitar a las personas que van a ser las responsables de transformar el régimen de comunicación de un Estado emergente.

En esencia, eso implica:

a. Entrenar gente - del gobierno y de la empresa privada y a niveles diferentes - en el arte y la ciencia de organizar y guiar el comportamiento humano innovador por medio de la comunicación persuasiva.

b. Investigar - antes, durante y después de que ocurran las acciones de modernización - cuáles factores de la fuente, el mensaje, el canal y el receptor en el proceso de la comunicación son los más críticos para el proceso de desarrollo.

c. Producir y distribuír material visual, oral y escrito ajustado a los diferentes públicos y diversos objetivos involucrados en las tareas del desarrollo, y especialmente diseñados para reforzar el esfuerzo e impacto de los agentes de cambio de campo.

Los especialistas en comunicación pueden sinceramente estar muy de acuerdo con conceptos como los acabados de esbozar. Pero no son quienes pueden convertirlos en acciones consecuentes. Corresponde a los propios estadistas - aquellos dotados del poder de establecer el curso de las naciones - decidir si quieren o no hacer de la comunicación el principal trampolín para la modernización. El votar por lo uno o por lo otro puede significar la diferencia entre lograr el sueño del modernismo o languidecer en la desesperanza y el estancamiento.

Sugerencias para la Investigación

La investigación sobre comunicación para el desarrollo está en la infancia. Ese no es un hecho sorprendente puesto que incluso la investigación sobre comunicación en general no pasa, probablemente, del cuarto de siglo. Sin embargo, más o menos en los últimos diez años, en ambas áreas se han hecho adelantos significativos. Por un lado, la investigación general sobre comunicación ha reunido un volumen considerable de hallazgos sobre ciertos campos de estudio. Por otro, se ha iniciado la investigación sobre comunicación para el desarrollo y algo se está realizando en los mismos países en desarrollo.

Hay dos tareas urgentes en la actualidad:

Una es definir hasta qué punto los hallazgos de la investigación sobre comunicación general - más que todo realizada en los Estados Unidos de América - son: (1) útiles en lo relativo a las situaciones de desarrollo; y (2) aplicables a culturas diferentes. La otra labor es aumentar, sistematizar y coordinar la investigación sobre comunicación para el desarrollo, buscando - a largo plazo -

principios generales de aplicabilidad intercultural y - a corto plazo - generalizaciones diferenciales resultantes de las variaciones en las circunstancias culturales.

La intensificación de la investigación sobre comunicación para el desarrollo requiere reunir las proposiciones teóricas existentes, por ejemplo, sobre los papeles de la comunicación en la modernización y sobre las estrategias de comunicación para el desarrollo. Ellas necesitan estructurarse e integrarse de manera que lleguen a constituír un cuerpo de afirmaciones sometibles a prueba.

Como un paso en ese sentido, proposiciones sobre los papeles de la comunicación han sido preliminarmente comparadas y evaluadas en este ensayo. Las proposiciones sobre estrategias - las pocas que están disponibles gracias a contribuciones más bien recientes de estudiosos como Schramm, Lerner, Pool y Pye - no se han revisado en este ensayo porque están fuera de su ámbito.

Hay que tener presente que no sólo se necesita estudiar las formas como influye la comunicación en el desarrollo nacional. También es necesario comprender cuáles factores predominantes en las sociedades que experimentan la modernización afectan las funciones y el impacto de la comunicación para el desarrollo.

Mientras ocurre toda esa labor alternativa y esclarecedora, los expertos en estrategias de comunicación para el desarrollo deben aprovechar hasta donde sea posible cualquier información con base empírica que ya exista para iluminar su camino.

Aparentemente, gran cantidad de lo que puede ser útil para la formulación de estrategias se refiere a las variables sobre el mensaje. También la investigación ha producido ciertos tipos de información sobre variables de canal, especialmente respecto de la efectividad relativa de los medios masivos y de la exposición a ellos.

Una lista parcial de las áreas abarcadas por estos tipos de investigación - cuya gran mayoría no fue realizada en países en desarrollo - incluye lo siguiente:

1. La relación entre el cambio de actitud y la "disonancia cognoscitiva" (y el equilibrio cognoscitivo) inducida por comunicación.
2. Los efectos del orden de presentación en la persuasión.
3. Los efectos de los mensajes unilaterales versus los bilaterales.
4. Los efectos de las conclusiones implícitas en los mensajes versus las explícitas.
5. La influencia de la credibilidad en la fuente respecto de la aceptación o el rechazo de los mensajes.
6. El impacto de los procesos sicológicos de selectividad sobre la exposición, la interpretación y la retención de los mensajes.
7. Los efectos de las predisposiciones de personalidad en la respuesta a los intentos persuasivos de comunicación.
8. Los efectos de la presión de grupo y de la aprobación o reprobación social sobre la respuesta a los intentos persuasivos de comunicación.
9. Los efectos de la apelación al miedo en la comunicación.
10. Los papeles que desempeñan los "líderes de opinión" y los "cernidores" * en la difusión de innovaciones y en la distribución de las noticias.

En la actualidad, la investigación sobre difusión de innovaciones es una de las áreas más activas y productivas de la investigación social. Una proporción considerable de aquella se está llevando a cabo en los países en desarrollo.

---

* N. del T. - Este término viene a ser sinónimo de "guarda-agujas" o "portero", que corresponden a "gate-keeper" en inglés. Se refieren a la función de permitir o impedir el paso del mensaje y, por tanto, se equiparan a la función de un filtro, cernidor, o tamiz.

Muchos de sus hallazgos tienen importancia directa para la estrategia de comunicación para el desarrollo *.

Después de leer esa lista se hace evidente que un volumen apreciable de información científica ya está al alcance de los comunicadores de desarrollo. Parte de esa información puede tener sólo una aplicabilidad limitada a las situaciones de los países en desarrollo. Pero muchos de éstos pueden utilizar buena parte de los datos de manera productiva.

Sin embargo, como se anotó antes, es indispensable aumentar y ampliar la investigación dirigida específicamente hacia los problemas de comunicación en la modernización. Es necesario estudiar situaciones concretas en países en desarrollo específicos con el objeto de hallar, de manera clara y precisa, en qué forma puede la comunicación servir óptimamente al desarrollo.

En efecto, es muy poco lo que esos países saben acerca de las fuentes, mensajes, canales, receptores y efectos en el proceso de la comunicación para el desarrollo. Las siguientes son, en síntesis, algunas áreas donde se necesita claramente investigación:

1. Cuáles son las actitudes de los agentes de cambio en el campo en relación con sus responsabilidades de comunicación y cómo pueden mejorarse sus habilidades en este ramo.
2. Cuáles son las actitudes de los propietarios y del personal de las instituciones de medios masivos respecto de la modernización, y cuál es la naturaleza de los procesos de toma de decisiones sobre comunicación en ambos casos.
3. Cuál es la naturaleza del contenido de los mensajes de los medios masivos en relación con la actividad de desarrollo. ¿Están la prensa y la radio, por ejemplo, contribuyendo de manera significativa a que ocurra el cambio social?

---

* Un resumen completo e interpretativo de más de 500 estudios en esta área es el de Rogers (1962).

4. Cuáles estrategias de mensaje y canal son las más eficaces para persuadir a qué tipos de público en favor del logro de cuáles objetivos específicos de desarrollo.

5. En particular, cuáles es rategias sobre mensaje son probablemente las más productivas para persuadir a los sectores más conservadores de las élites en el poder de que den paso al cambio.

6. En particular, cuáles combinaciones de estrategias de medios masivos con estrategias de comunicación interpersonal son las que pueden tener mayor impacto en la modernización. Por ejemplo, la investigación sobre los "radioforos" rurales ha tenido buen comienzo pero requiere más sistematización y rigor.

7. Cuáles estrategias de canal y mensaje utilizadas con éxitos en los países comunistas pueden ser aplicadas a las sociedades democráticas en desarrollo y qué adaptaciones se requieren para hacerlo.

8. Qué se puede hacer para mejorar la naturaleza de los índices del desarrollo de la comunicación por encima del nivel de inventarios de infraestructura física y de medidas de la simple exposición del público a los medios masivos.

9. Cómo pueden las modalidades tradicionales de comunicación, como obras de teatro folclóricas, canciones populares y presentaciones de títeres, ser adaptadas para que resulten útiles a los esfuerzos de modernización.

10. Cuáles son los papeles específicos de los medios masivos y de los canales interpersonales en el logro del cambio caracterológico (de personalidad) en el comportamiento general.

11. Cómo realmente difieren los sectores del público en términos del uso "consumatorio" versus el "instrumental" de los mensajes.

12. Cuál es la naturaleza de la relación entre los procesos de comunicación para el desarrollo y los de toma de decisiones (en la fuente y en el receptor) que preceden y siguen, respectivamente, a ese proceso de comunicación.

[illegible] la elaboración conceptual y la verificación empírica, menos remota debe parecer la posibilidad de llegar a una teoría amplia y feraz de comunicación para el desarrollo.

Cuanto más posible se haga la existencia de esa teoría, menos será la comunicación para el desarrollo un juego de adivinanza y riesgo, una empresa de ensayo y error.

Y cuanto más se convierta la comunicación para el desarrollo en una actividad clave respaldada por el conocimiento científico, mayor será su impacto para ayudar a millones de seres humanos, en todo el mundo, a que obtengan - por medio del modernismo - la dignidad, felicidad y prosperidad que merecen.

* * * *