

CORREO

320

Poblacional

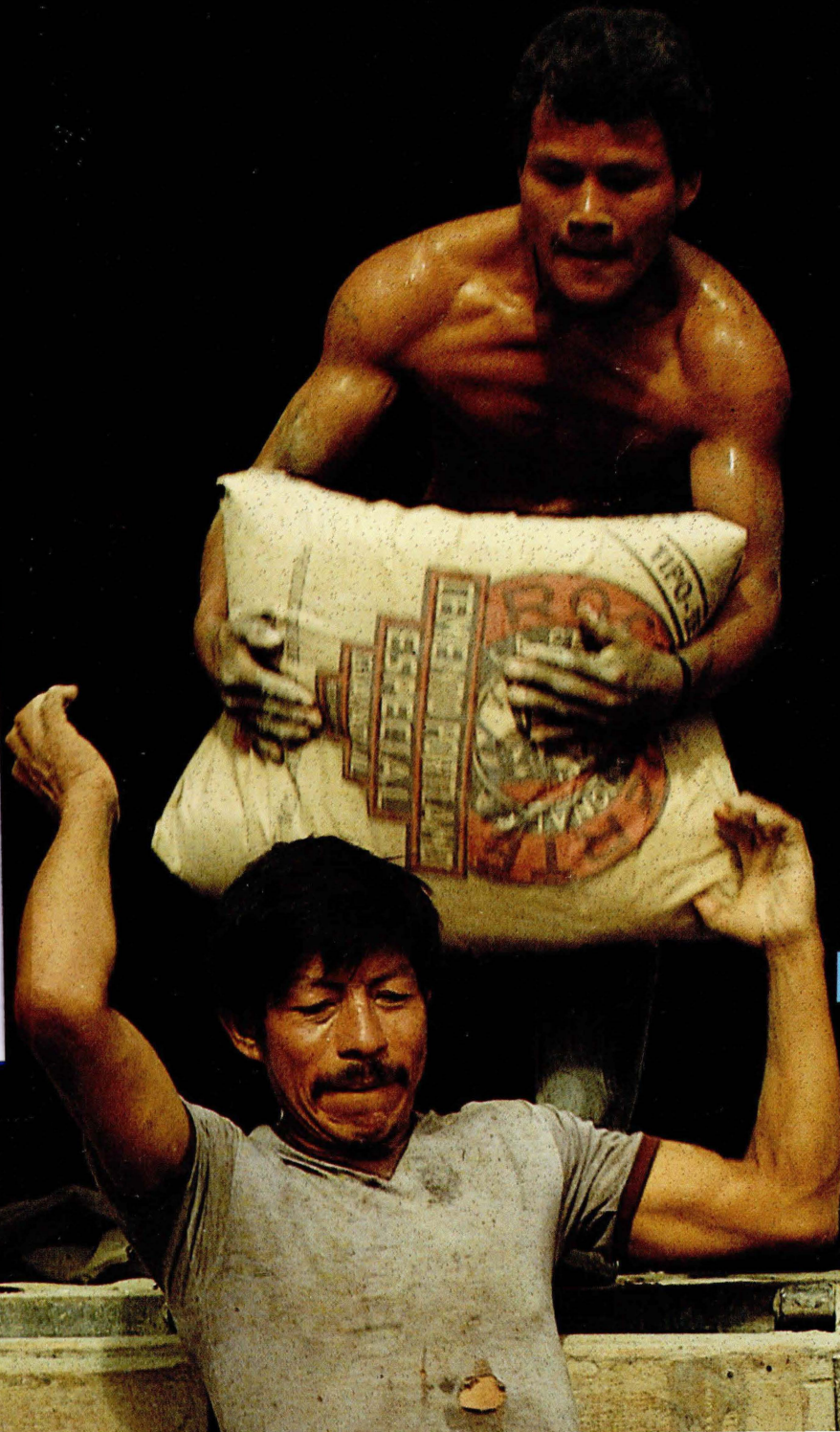


1993

CENTRO DE ESTUDIOS DE POBLACION Y PATERNIDAD RESPONSABLE

Nº 3

Correo Poblacional (1993) La comunicación, agente activador del desarrollo: Luis Ramiro Beltrán, consultor académico de la Universidad de Johns Hopkins, comparte con "Correo Poblacional" su experiencia de comunicador para el desarrollo. Correo Poblacional (Bolivia) no. 3:12-13. Diciembre.



**POBLACION
Y FUERZA
LABORAL**

**LA ANGUSTIA
DEL
DESEMPLEO**

LA COMUNICACION, AGENTE ACTIVADOR DEL DESARROLLO

Luis Ramiro Beltrán, consultor académico de la Universidad de Johns Hopkins, comparte con "Correo Poblacional" su experiencia de comunicador para el desarrollo.

Se supone que la comunicación tiene la capacidad de ser un agente activador del desarrollo, ésta es una premisa, el supuesto bajo el cual se opera. Si se vale de la comunicación, ha de tener una virtud de agente estimulante para facilitar el desarrollo y, el desarrollo involucra necesariamente el cambio de comportamiento humano. La comunicación es un instrumento obvio, natural y central para obtener ese cambio.

Si partimos de premisas de ese tipo la próxima pregunta es ¿estamos usando la comunicación en un óptimo sentido para lograr esa capacidad de

No sé de qué otra manera se puede cambiar la conducta si no a través de la comunicación.

apoyo instrumental? La respuesta es que no precisamente. Para que no se siga trabajando de esa manera negativa, postulo que se debería hacer una sistematización permanente. Los actuales esfuerzos son débiles, inarticulados, improvisados y por tanto ajenos a cualquier racionalidad.

¿Qué busca la racionalidad? Busca la eficiencia. ¿Cómo podemos entender la eficiencia, por lo menos en comunicación? Pienso que la productividad dividida por el costo. No puedo, para convencer a 10 señores, producir un video; es muy bonito el video, pero es un gasto absurdo para un público tan

pequeño, a menos que esas personas tengan un poder de decisión que merezca la pena la inversión.

No habrá eficiencia mientras no se sistematice racionalmente el esfuerzo. ¿Cómo se logra esto? Investigando la situación problemática. Nosotros somos muy pobres para investigar cualquier cosa, tenemos que investigar problemas que requieren solución, en un sentido pragmático, utilitario.

El buen comunicador, aspira a la racionalidad y a la eficiencia.

quiere llegar, en base a un afinamiento en la realidad, que no es improvisado o inventado; pueden existir equivocaciones todavía en la interpretación, pero es mejor que vivir inventando cosas sin averiguar nada. Relacionamos los objetivos del programa operativo. Las acciones de comunicación se dirigen a esos objetivos y no a otros.

Comúnmente existe el problema de decidir los medios más adecuados en función de los propósitos. No hay ningún medio que tenga la capacidad universal para todos los públicos y todos los propósitos. En eso consiste básicamente la racionalidad.

A diferencia de otras profesiones la comunicación no es repetitiva, el eterno desafío del comunicador planificador es vivir todo el tiempo averiguando y planificando.

LA RACIONALIDAD Y LA EFICIENCIA EN EL COMUNICADOR

Organizar la construcción de mensajes y la difusión de ellos, por determinados medios o conjuntos de medios, en función de los públicos y propósitos que



Luis Ramiro Beltrán y Lautaro Ojeda, durante el Seminario para Comunicadores Sociales.

No es prioritario contribuir a la teoría académica mundial, las angustias de nuestro pueblo están adelante. La investigación tiene que ser aplicativa, práctica, activa, en ese sentido tiene que partir de un problema.

ENTENDER A LA GENTE

Es necesario entender el problema y a la gente, es el punto de partida para racionalizar la comunicación y estar en capacidad de formular objetivos realistas que coincidan con sus necesidades, posibilidades y limitaciones.

A partir de esta etapa señalar las metas de comunicación, y los objetivos para conocer a qué audiencias se

proporciona la investigación.

Es importante contar con indicadores sensatos de investigación para medir la interpretación o adopción del mensaje. Esa es la evaluación.

Es como trabajar en espiral, porque es un proceso continuo. Una vez que se ha evaluado, viene la reorientación del planeamiento, y se procede a ajustar el plan, y se corrigen los errores que se hayan encontrado en la evaluación.

El buen comunicador, comunicador organizado que sabe, aspira a la racionalidad y a la eficiencia. El margen que tenga de intuición e improvisación es mínimo, la mayoría es sistematización. (E)