

# **comunicación de campo en países subdesarrollados**

## **Algunos ejemplos latinoamericanos**

*POR BENJAMIN ORTIZ BRENNAN*

La Fundación Friedrich-Ebert organizó un Seminario de Transmisión en el Campo y Televisión Rural para dar la oportunidad a especialistas del Caribe para intercambiar experiencias y discutir tan importante asunto. La reunión se llevó a cabo en Kingston, Jamaica, del 19 de octubre al 3 de noviembre de 1972. Con esa oportunidad, el autor del presente informe concurrió al certamen y presentó el estudio que aparece a continuación.

### *I PARTE*

#### *I. CONSIDERACIONES GENERALES*

En Latinoamérica se han ejecutado numerosos programas de comunicación en el campo, especialmente de extensión agrícola. El discutible éxito de esos trabajos nos obliga a pensar en términos más amplios: debemos analizar en primer lugar, las diferentes mentalidades, culturales y sistemas económicos que coexisten en cada nación latinoamericana; —así como las diferencias que hay entre los grupos rurales, antes de diseñar programas o perfeccionar técnicas de difusión de innovaciones.

El profesor Guillermo Bonfiel Batalla, del Instituto Nacional de Antropología e Historia de la Universidad de México, describe en los siguientes términos la heterogeneidad cultural campesina:

“Cualquiera que haya visitado las zonas rurales de México (y de otros países de América Latina, por supuesto) habrá sentido, aún antes de analizar cuidadosamente la información disponible, que una de las características más notables es la diversidad— en muchos casos, la particularidad— de las comunidades en que viven los campesinos. Diversidad, dentro de cierta unidad básica: todos son agricultores, en amplias regiones emplean las mismas técnicas o cultivan los mismos productos, muchos visten de igual manera y a casi todos les identifica el común denominador de la pobreza, multifacética y omnipresente”. En otra parte dice: “A esta diversidad étnica— que en última instancia es diversidad histórica— y a esta variedad de países corresponde una gran variación en cuanto a la forma en que las sociedades locales se han organizado”.

O sea que dentro de cada país existe mayor o menor diversidad étnica, organizativa y cultural en las comunidades campesinas. Esas “culturas” hay que estudiarlas y tratarlas con cautela, sin pretender forjarles a la aceptación de cualquier nueva técnica, o crear en ellas necesidades que quedan insatisfechas, o peor someterlas a procesos de aculturización violenta que les colocan a la defensiva frente a los comunicadores.

Sin embargo, aquello es sólo una parte, y tal vez secundaria, de nuestra complejidad cultural, igual en América del Sur, en México, en Centroamérica o en el Caribe. Además, hay que considerar en nuestras sociedades, siguiendo al profesor Hernán Godoy Urzúa, de la Universidad de San Marcos, Lima, “la existencia de dos marcos de referencia: uno el de la cultura occidental, altamente técnica y evolucionada; el otro, el de la cultura local predominantemente rural, y a su vez, bastante diferenciada. Podemos hablar de la coexistencia de dos marcos de referencia cultural con ritmos históricos diferentes que no están plenamente integrados y entre los cuales la comunicación es difícil. Sobre esta dualidad estructural y cultural, actúan factores geográficos, sociales y políticos, cuya interacción ocasiona la típica incomunicación latinoamericana”.

De estas consideraciones es posible extraer, entre otras, las siguientes conclusiones:

- 1.— El problema de la transmisión rural supone el enfrentamiento de dos culturas: la occidental de tipo urbano que emite el mensaje, y la rural campesina que recibe el mensaje.
- 2.— El mensaje debe considerar la multiplicidad de modos de ser culturales de la audiencia campesina.
- 3.— No podemos someter a procesos de aculturización o a una homogenización violenta a la población rural, utilizando los modernos medios de transmisión por radio o televisión, sin antes analizar los efectos que nuestro trabajo podría tener en su forma de vida y expectativas.

- 4.— Los estudios de antropología cultural deberían ser previos a la acción del comunicador.
- 5.— Por lo demás, tampoco es posible renunciar a establecer mejores vínculos de comunicación entre los distintos sectores del país para fortalecer y unificar a la población tanto internamente en cada país, como en el marco más amplio de la región del Caribe, o del continente latinoamericano.

## II. LA COMUNICACION RURAL: PROBLEMA TECNOLOGICA O CULTURAL

Los expertos en comunicación que trabajan en la región se han preocupado por los métodos concretos para llegar al campesino, por ejemplo diseñando nuevos folletos, programas de radio o páginas agropecuarias en los principales periódicos, sin dar suficiente atención a que la introducción de nuevas técnicas o prácticas distintas a las usadas por los campesinos provocan alteraciones de la estructura social de la comunidad.

Tal vez la preferencia dada al refinamiento de la tecnología, por encima del estudio sociológico y antropológico de la situación explica el fracaso de los planes de comunicación rural, en muchos casos.

Un distinguido funcionario latinoamericano definía alguna vez a la extensión agrícola, vale decir a un tipo de programas de comunicación campesina como “un sistema de enseñanza mediante el cual las familias rurales reciben información confiable e inmediata”. A mi juicio tal enfoque es superficial e incompleto, porque no se trata de informar, como si fuera simplemente de dar cuenta de ciertas novedades, sino que la extensión agrícola aspira a lograr la aceptación y uso de nuevas formas de vida y de trabajo, y el consiguiente abandono de hábitos e incluso valores que las comunidades han respetado y seguido durante siglos.

Además, parece que aún no se ha logrado organizar las investigaciones de comunicación rural en función de las necesidades y problemas de fondo de nuestros campesinos. Los principales trabajos se han realizado bajo la tutela de científicos norteamericanos que tienen otros puntos de vista, aunque intenten acercarse a los problemas de nuestra región. Por ello, tiene en parte razón Armando Samper, Director del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas al manifestar que “gran parte de las investigaciones efectuadas en América Latina por parte de especialistas en ciencias sociales de los Estados Unidos han tenido poco impacto en el desarrollo rural, principalmente porque en sus estudios estos han escogido problemas que son de interés para ellos, según su propia afición académica, en vez de seleccionarlos en consulta con quienes tienen que buscarles soluciones a los problemas del desarrollo”.

Samper explica la poca utilidad de los estudios en lo que llama “afición académica” de los científicos norteamericanos. Yo estaría más satisfecho si diría diferente mentalidad e imposibilidad de entender problemas, que en parte son extraños y difíciles para nosotros mismos, latinoamericanos del sector urbano.

En resumen, creo que podríamos pensar en tres conclusiones, a propósito de lo dicho:

- 1.— Los programas de comunicación en el sector rural no han fallado por incapacidad de diseñar buenos medios tecnológicos para realizarlos, sino principalmente porque esos medios no se han adecuado, ni comprendido el contexto social en el que operan, ni el alcance de los fines que se proponen.
- 2.— Es necesario estimular los estudios de marginalidad e incomunicación desarrollando una metodología propia, por parte de expertos latinoamericanos que tengan más capacidad de entender e interpretar los problemas que les rodean.
- 3.— Por lo dicho, no se debe entender que hay que renunciar al esfuerzo práctico. Las consideraciones de los problemas sociales y culturales deben estar presentes al diseñar las formas concretas de programación de transmisiones y programas de comunicación rural. Al fin y al cabo, la teoría y la práctica son dos enfoques de la misma cosa: la comunicación para el desarrollo e integración del campo a la vida nacional.

### III. *LOS ORGANIZADORES DE LOS PROGRAMAS DE COMUNICACION Y EXTENSION AGRICOLA*

Los principales trabajos de comunicación rural en América Latina y probablemente en otras regiones del mundo, se han hecho a base de las formulaciones teóricas y los diseños prácticos de las universidades e investigadores norteamericanos. Los estudios sobre difusión de innovaciones, uso de diversos medios mediante la investigación por encuestas, análisis de contenido de los programas y de los mensajes difundidos por los diversos canales, se han elaborado en función de modelos norteamericanos.

Las universidades de Michigan State, Wisconsin y Stanford son las que actualmente brindan mayor atención a los problemas latinoamericanos relacionados con la comunicación y la difusión de innovaciones, que suelen ser el propósito básico que va envuelto en los programas de comunicación.

Las ciencias de la comunicación han alcanzado mayor desarrollo en los Estados Unidos. Por esa razón y por la preocupación de algunos de sus centros de estudios por América Latina se explica que la mayor parte de los trabajos sobre comunicación rural cuenten con el influjo o el auspicio, directo o indirecto, de los Estados Unidos. Hasta donde yo conozco, las principales investigaciones se han hecho con el respaldo de fundaciones como la Rockefeller o la Ford, o por medio de instituciones como el Programa Internacional de Información Popular de la American International Association y, especialmente, el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, que pertenece a la OEA y funciona bajo la guía intelectual de investigadores de Estados Unidos o de latinoamericanos formados allá; a más de los trabajos que realizan los programas nacionales de extensión agropecuaria o reforma agraria que ordinariamente disponen de la asesoría técnica del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas.

Las instituciones latinoamericanas también han incrementado notoriamente sus estudios, tanto sobre la comunicación en general, como sobre la comunicación rural, en particular. Hasta mis manos han llegado interesantes investigaciones realizadas, por ejemplo, en la Universidad de Sao Paulo, Brasil; Universidad de Concepción, Chile; Universidad de Zulia, Venezuela, Universidad de Veracruz, México, entre muchas otras.

CIESPAL se ha preocupado de promover las investigaciones sobre la comunicación en América Latina con resultados que consideramos satisfactorios.

Puede decirse que los trabajos de investigación en comunicaciones en nuestra región van tomando forma autónoma en algunos centros.

Hay que citar otras instituciones que se ocupan de esta clase de asuntos como la iglesia Latinoamericana que tiene importantes trabajos en investigación de la comunicación, así como las famosas escuelas radiofónicas de las que hablaré más adelante.

Por fortuna, cada vez se entiende más el papel fundamental de la comunicación en el desarrollo e instituciones como la Fundación Friedrich-Ebert han tomado interés en el asunto y desarrollado múltiples iniciativas.

#### *IV. FINES Y EFECTOS DE LOS PROGRAMAS DE COMUNICACION RURAL*

Susana Amaya Puerto, Jefe de Divulgación del Instituto Colombiano de Reforma Agraria, INCORA, decía en 1964, que "los sectores rural y urbano aún coexisten en muchos de nuestros países como mundos separados y extraños entre sí, principalmente por fuerza del aislamiento físico que ha configurado patrones y valores culturales disímiles. Sin embargo, es el sector urbano con sus poderes concentrados de dirección y gobierno quien debe dirigir el mundo rural, asimilarlo a sus propias metas de desarrollo rompiendo las barreras del tradicionalismo, del mínimo nivel educativo, de los rudimentarios métodos de trabajo y de vida".

El planteamiento de la señorita Amaya es representativo de la orientación y fines de la mayor parte de las investigaciones y programas de comunicación rural en América Latina, inspirados en estudios norteamericanos. Esos estudios dan por supuesta una dicotomía que se podría expresar así: el gobierno y la ciudad representando el progreso y lo digno de ser alcanzado; el campo representa el atraso y lo digno de ser cambiado. Por consiguiente, se debe ir con programas de comunicación al campo, para sacarlo de la vida rudimentaria y a civilizarlo al estilo de la ciudad.

La idea también se inspira en el ejemplo de la sociedad norteamericana que se caracteriza por su homogeneidad. Estados Unidos es un país en el cual virtualmente todas sus partes son semejantes a las demás y que funciona como un gran mercado, lo cual ha favorecido su gran progreso económico. Los programas de comunicación que conocemos tratan pues de homogenizar internamente a los

países latinoamericanos creando en el campo un sistema de necesidades semejantes al de la ciudad, que probablemente podría ser satisfecho con algunos productos o tecnología norteamericanas.

El proceso de difusión de innovaciones, como dije al comienzo de esta exposición, supone un cambio cultural y tal como se cumplen los programas auspiciados por Estados Unidos encuentro en ellos los siguientes elementos: paternalismo para conseguir un desarrollo desde afuera, introduciendo innovaciones tecnológicas; homogenización de las sociedades para que funcionen como un todo integrado y, finalmente, creación de nuevas necesidades de acuerdo con los modelos y formas de la producción y tecnología norteamericanas.

Me parece que esta concepción mesiánica es la que va implícita en la opinión de la señorita Amaya.

No pretendo rechazar los aspectos positivos de los programas de comunicación rural y extensión agrícola. Los campesinos padecen deficiencias demasiado obvias, de carácter sanitario, alimenticio, de vivienda y cuantas más, que obligan a los gobiernos, a las instituciones internacionales o a los programas de asistencia externa, a ocuparse del asunto. Me preocupa que no se trate solo de remediar esas condiciones inhumanas; sino que se han usado estos programas para tratar de imponer un sistema cultural, económico y hasta político extraño a la mentalidad de los campesinos, sin preocuparse de conseguir el desarrollo de sus fuerzas internas.

Frente a las metas de mejoramiento técnico creación de ciertas necesidades, homogenización forzada en relación al resto de la nación que han perseguido habitualmente los programas paternalistas de comunicación y extensión, convendría que ahora pensemos en la forma de estimular el desarrollo de las potencialidades de cada comunidad, para que con el desarrollo venga la Identificación con el país, porque de lo contrario, estaríamos sometiendo al campesino a un sistema de valores, que aunque para nosotros sea bueno, para ellos es ajeno.

Podemos aceptar o no el reto: producir los programas de comunicación que alienten el desarrollo de las fuerzas internas de las comunidades rurales.

---

*NOTA: El presente estudio consta de dos partes. La primera aparece en esta entrega y la segunda se publicará en el N° 2 de la Revista de Comunicación "Chasqui".*