

I I C A

628

PUBLICACION MISCELANEA N° 25

Wilbur Schramm

DESARROLLO DE LA
COMUNICACION
Y DESARROLLO
ECONOMICO

01.243 S3777d 1965

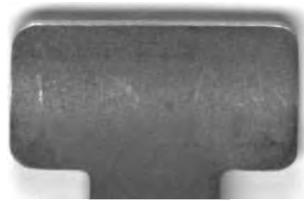


IICA

SIC



371.213
P 125
11.02.195



C.D.A. 301.373.5377+d 1965

DESARROLLO DE LA COMUNICACION

Y

DESARROLLO ECONOMICO

por Wilbur Schramm
Director, Instituto de Investigación en Comunicación
Stanford University

Publicación Miscelánea Nº 25
INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA
Servicio Interamericano de Comunicación
Apartado 4359
San José, Costa Rica
1965

Edición: Juan Díaz Bordenave
Traducción: José J. Fernández Bendaña
Diseño Portada: Jean Pierre Guillermet

P R E S E N T A C I O N

El Servicio Interamericano de Comunicación tiene el placer de presentar dos trabajos del Dr. Wilbur Schramm, conocida autoridad norteamericana en Comunicación y autor de varios libros sobre esta disciplina. Esta publicación del SIC está destinada en primer término a los comunicadores latinoamericanos, representantes pioneros de una profesión nueva, la Comunicación para el Desarrollo. Se ofrece también esta publicación a todos los dirigentes nacionales de programas de acción para el desarrollo, desde Presidentes de la República hasta maestros rurales, agentes de extensión y líderes voluntarios de las comunidades.

Todos ellos, efectivamente, encontrarán en esta publicación ideas útiles y una cierta inspiración para su entusiasmo constructor y "desarrollista".

El Dr. Schramm no trata de disminuir las dificultades que se presentan a los países en desarrollo. Trata sí, con todo realismo, de demostrar cómo la Comunicación puede contribuir poderosamente a dicho proceso. Lo hace despojado de prejuicios ideológicos o políticos, de modo que el lector sale de la experiencia de leerlo con una convicción expresable en estas palabras: "Es difícil, pero debe ser hecho".

Juan Díaz Bordenave
Jefe
Servicio Interamericano de Comunicación

C O N T E N I D O

	Página
Desarrollo de la Comunicación y Desarrollo Económico	1
Usos de la Comunicación en Países en Desarrollo	26

DESARROLLO DE LA COMUNICACION

Y

DESARROLLO ECONOMICO

Conforme las naciones avanzan de los patrones de la sociedad tradicional hacia los de la sociedad industrial moderna, tienen lugar desarrollos espectaculares en su comunicación. Desde un cierto punto de vista estos cambios en comunicación son causados por los avances económicos, sociales y políticos que son parte del crecimiento nacional. Desde otro, sin embargo, los desarrollos en comunicación están entre los principales factores e impulsores de los otros cambios. Es propósito de este estudio explorar esta interacción y buscar una base para comprenderla.

I. COMUNICACION EN SISTEMAS NACIONALES

En las páginas siguientes hablaremos con frecuencia de sistemas nacionales y ocasionalmente de sistemas de comunicación. Por consiguiente digamos al comienzo qué entendemos precisamente por "sistema".

Usamos una definición bastante técnica de la palabra. Cuando nos referimos a un sistema queremos decir un conjunto de partículas interdependientes que mantiene sus límites. 1/ Las palabras claves son límite e interdependiente. Por interdependencia entendemos que cualquier cosa que suceda a un componente de un sistema afecta, no importa cuan levemente, el equilibrio y relación de todo el sistema. Por límite entendemos que los componentes están relacionados en tal forma que es posible decir donde termina el sistema y donde comienza su ambiente. Tanto los seres humanos individuales como los grupos organizados son por consiguiente sistemas, como lo son en realidad todas las cosas vivientes. Las organizaciones alcanzan el status de un sistema cuando sus varios roles o funciones componentes son generalmente aceptados y animados a persistir aun cuando los individuos en tales roles puedan, al menos en teoría, ser reemplazados; cuando las líneas de comunicación que ligan los roles están establecidas y son generalmente reconocidas; y cuando los aspectos de la organización han sido hasta cierto grado aceptados como cosa propia por los miembros. En esta forma, la organización llega a ser más que una

1/ Por algunos de los conceptos en estas primeras páginas el autor está en deuda con su colega Robert C. North, quien fue coautor con él de un reciente memorando, "Relaciones Internacionales Como un Sistema de Conducta". La deuda más profunda con la teoría de Kurt Lewin, con Talcott Parsons, Robert Merton y Harold Lasswell, puede fácilmente ser reconocida.

armazón y más que las líneas de jerarquía dibujadas en un organograma. Llega a ser algo más análogo a un "organismo", con insumos y productos, un transformador de energía, un estado constante, y las otras características de un sistema de actuación humana. Además desarrolla un estilo característico de conducirse, el que aprendemos a reconocer.

Hemos decidido introducirnos en la estructura sistemática al nivel de los sistemas nacionales. Es evidente, sin embargo, que el sistema nacional está formado por sistemas componentes, y que el mismo pertenece a un parcialmente desarrollado sistema mundial. Por lo tanto para tratar eficazmente con un sistema de cualquier magnitud es a veces necesario cambiar el análisis de un nivel a otro -- hacia arriba y hacia abajo de la escala -- sin perder de vista qué unidades están interactuando sobre el nivel particular que se está examinando. Es necesario tener en mente con mucha claridad si en un momento dado estamos frente a una entidad dada como un sistema de partes componentes, o como una de las tantas unidades de un sistema mayor. Cuando nuestro foco se posa sobre el Estado como un sistema, miramos las unidades miembros -- grupos e individuos -- como no diferenciadas; es decir, como si no fueran sistemas en sí mismos, sino meras partículas que operan dentro de la entidad mayor. Cuando nuestro foco se posa sobre alguna unidad componente más pequeña, la vemos como un organismo discreto diferenciado a la vez por una combinación altamente compleja de partículas miembros. Así podemos ver la conducta de un funcionario ejecutivo como, en efecto, el Estado tomando decisiones, o bien como la conducta de un individuo con necesidades, valores y otras características de comportamiento propias. Podríamos ver la labor de un periódico como parte de la labor de comunicación de la nación, o bien como la labor de un sub-sistema con necesidades, valores y características de comportamiento propias. La habilidad de examinar la misma conducta o actividad a varios niveles diferentes le presta cierta flexibilidad y poder a este tipo de análisis, y sería sorprendente que no se encontraran analogías ilustrativas en el comportamiento de sistemas a diferentes niveles de complejidad.

En términos muy generales, todos los sistemas de comportamiento, de cualquier complejidad, parece que actúan de la misma manera. Es decir, tratan de llevar al máximo su nivel de funcionamiento deseado y al mínimo la tensión y la presión asociadas. Su funcionamiento deseado refleja necesidades, objetivos y valores. Sus niveles de presión y tensión reflejan las dificultades, las frustraciones, el esfuerzo asociado con un modo particular de conducirse. Un sistema cerrado muy simple -- "cerrado" significa que no tiene relaciones de insumo o producto con su ambiente -- puede probablemente llegar a un equilibrio entre necesidades y funcionamiento y continuar operando a un nivel relativamente libre de tensión. Un sistema "abierto" -- todos los seres humanos y las organizaciones sociales son sistemas abiertos -- está sujeto a presiones externas que hay que reconciliar con las internas. Cualquier sistema relativamente complejo tiene muchas actividades deseadas; la buena administración requiere alguna clase de componenda entre ellas. Cualquier sistema relativamente complejo pondrá especial presión en cualquier tiempo dado sobre algunos de sus componentes; la buena administración requiere que en lo posible la presión se distribuya tan equitativamente como sea posible, y que se mantenga en todas las partes por debajo del nivel que pudiera resultar en un daño serio. Por consiguiente, de la mejor administración difícilmente se puede esperar que elimine del todo la tensión. Más bien, el objetivo del liderazgo

es operar dentro de un nivel tolerable de tensión. Esto es similar a lo que llamamos el "estado constante" de un sistema biológico, y podemos afirmar, sin estirar mucho el término, que un sistema social también aprende a operar dentro de un estado constante. Así como el cuerpo sano mantiene su temperatura dentro de los límites de uno o dos grados, así también el sistema social sano parece que trata de mantener la tensión dentro de ciertos límites, satisfaciendo tantas de sus necesidades y objetivos como sea posible, haciendo variar la tensión hacia arriba y hacia abajo, pero tratando de mantener las cimas de variación dentro de extremos tolerables.

Casi cualquier sistema puede resistir altos niveles de tensión por un período corto. Algunos sistemas aparentemente pueden soportar mayor tensión que otros; por ejemplo, probablemente es cierto que el sistema rígidamente controlado representado por un estado comunista puede existir a más altos niveles promedios de tensión que un sistema como el democrático. Y debe destacarse que el estado óptimo de salud de un sistema no es una ausencia completa de tensión, sino más bien la cantidad justamente suficiente. Una ausencia de tensión probablemente resultaría en el estancamiento, la falta de vigilancia y de cambios para una mejor adaptación. Por lo tanto, probablemente sea necesaria una cierta cantidad de tensión sostenida para sobrevivir en sociedad.

Vamos a enfocar nuestra atención sobre los elementos cognoscitivos de un sistema de comportamiento, por lo cual en un individuo humano debemos ocuparnos en primer lugar del funcionamiento de los "sistemas" sensoriales y nerviosos. Este funcionamiento incluye la obtención de información de diferentes lugares del ambiente y de diferentes partes del cuerpo; el almacenamiento y utilización de la información; la organización, elaboración y evaluación que tienen lugar al tomar decisiones; la circulación de la información a los centros de acción, y especialmente la preparación de órdenes que resultan en la emisión de mensajes hacia el ambiente.

Pensemos ahora por un momento en las clases de comunicación que un pequeño grupo organizado tal como una tribu primitiva estaría obligado a emplear. Tendría que destacar centinelas para que le informaran sobre amenazas y oportunidades (una tribu vecina que se acerca, una manada de búfalos al alcance de los cazadores). Tendría un concilio tribal para decidir qué hacer sobre las necesidades, objetivos y línea de acción. Si todos los miembros de la tribu no estuvieran cerca unos de otros, habría sin duda mensajeros que llevarían información y órdenes del concilio. Cuando fuera necesario habría que designar a alguien para llevar un mensaje a una tribu vecina o para negociar o intercambiar. Los ancianos de la tribu servirían como custodios de la historia, las costumbres y las artes, y ellos o los padres habrían de transmitir porciones apropiadas de tales conocimientos a los miembros jóvenes del grupo. La tribu probablemente contaría con un bardo u otro artista. En otras palabras, la tribu convertiría en instituciones la mayoría de las funciones de comunicación del individuo.

Todas estas funciones están siendo también desempeñadas en una aldea del Sur de Asia en este momento, y se encontrará que existen allí muchas de las mismas instituciones. Las diferencias principales surgen de la intrusión de sistemas más elevados y de comunicaciones más desarrolladas. Es decir, los representantes de los gobiernos nacionales y estatales toman parte en la vida

de la aldea; los objetivos nacionales se hacen en parte determinantes de las decisiones locales; la radio nacional, el periódico regional, el programa nacional de información, algo del sistema nacional de educación escolar, las carreteras nacionales y estatales, el autobús, y los viajeros, todos entran a la aldea. La aldea es por lo tanto un sistema más completamente "abierto" que lo que la tribu habría sido; y se encuentra abierto a las fuerzas del cambio que emanan de la política nacional.

En el estado industrial, estos roles relativamente simples han sido asumidos en su mayor parte por organizaciones complejas -- el mecanismo para la obtención de noticias, la investigación científica, y otras fuentes más refinadas de información; los medios impresos, la radiodifusión y el cine; el complejo de escuelas, bibliotecas, computadores y otros artefactos para el almacenamiento, utilización y difusión de información; el mecanismo del gobierno y de la opinión pública; la maquinaria para la comunicación internacional a través de la diplomacia, los medios de masas, el comercio y el contacto personal; las provisiones para la extensión de la comunicación interpersonal por medio de multiplicadores tales como el teléfono, el telégrafo, la grabación y el servicio postal; y todo el suministro de entretenimiento que hacen los medios de comunicación colectivos y la organización en gran escala de deportes para espectadores. Se aumenta enormemente el ritmo y la cantidad de comunicación, y el área de interconexión se amplía en alto grado.

No obstante, si visitantes de la región de Alfa del Centauro nos estuvieran vigilando desde sus naves espaciales podrían notar menos diferencia que nosotros, entre los patrones primitivos y los más recientes de comunicación social. Sin duda se darían cuenta de que la comunicación mantiene una relación peculiarmente orgánica con la sociedad. No es algo que esté separado del resto de la sociedad: es realmente la sociedad comunicándose. Por tanto su función varía más en grado que en clase. En una etapa más avanzada, es más rápida, más compleja, más extensiva, pero esencialmente hace más o menos lo mismo. Sea en un estado moderno o tradicional, tiene a su cargo la función cognoscitiva de la sociedad. Transmite y recibe las señales de peligro de una tensión en aumento, las señales de necesidad, las señales de medios de satisfacer las necesidades, las señales de decisión por medio de las cuales el organismo trata de elevar al máximo su funcionamiento deseado, y reducir al mínimo la presión y tensión asociadas, y mantener un equilibrio satisfactorio de trabajo por fuera y por dentro. En cualquier momento en la historia de la sociedad, la función de la comunicación es hacer todo lo que en los campos mencionados la sociedad requiera.

La estructura de la comunicación social refleja por lo tanto la estructura y el desarrollo de la sociedad. El tamaño de la actividad de comunicación -- el desarrollo de los medios de comunicación colectivos y sus auditorios; la transmisión de los roles de comunicación individuales de la sociedad tradicional a las organizaciones; el alargamiento y la multiplicación de las cadenas de comunicación -- todo esto refleja el desarrollo económico de la sociedad. La propiedad de los medios de comunicación, el uso deliberado de la comunicación, los controles a los que la comunicación está sujeta -- reflejan el desarrollo político y filosófico de la sociedad. El contenido de la comunicación en un momento dado refleja el patrón de valores de la sociedad. Las redes de comunicación, las que determinan qué información debe fluir y quién

participa de ella y con quién -- son reflejo de la homogeneidad de la cultura y geografía dentro de la sociedad. Desde luego existen también personalidades e idiosincrasias en cualquier sistema de comunicación -- por ejemplo, el hecho de que el New York Times sea lo que es se debe en parte a que hubo un Adolph Ochs; y que la Columbia Broadcasting System sea lo que es se debe en parte a haber existido William Paley, Frank Stanton y Ed Murrow; y las escuelas americanas son lo que son en parte porque Charles William Eliot y John Dewey vivieron. Pero si uno considera que es necesaria cierta clase de sociedad para producir a un Adolph Ochs, un William Paley, un Frank Stanton, un Ed Murrow, un Charles W. Eliot y un John Dewey, aún este aspecto de la comunicación se puede considerar como un reflejo de los patrones mayores de la sociedad.

Por lo tanto sólo mediante la cirugía más brutal podría la comunicación ser separada de la sociedad, y cuando la operación se terminase ambas partes del organismo estarían muertas. Por cuanto los medios de comunicación son parte de la estructura viviente de la sociedad, y el acto de comunicación es parte de la función viviente de la sociedad. La comunicación crece y cambia con la sociedad porque es algo que la sociedad hace. Es un modo de vida de la sociedad.

Podría suponerse, de lo que se acaba de decir, que hablar de la interacción entre el crecimiento económico y el desarrollo de la comunicación no sería más realista que tratar de resolver quién vino antes, la gallina o el huevo. Pero esto no es estrictamente cierto. Aún cuando la economía y la comunicación son ambos órganos de la sociedad, y ninguna podría desarrollarse en alto grado sin un crecimiento correspondiente de la otra, sin embargo actúan poderosamente una sobre la otra. El desarrollo orgánico no significa necesariamente un crecimiento totalmente simultáneo, ni un desarrollo en el que uno de los componentes no afecta al otro. Recordemos los cambios de personalidad, de conducta, y los cambios físicos que resultan del control creciente sobre la vista y la musculatura que capacitan a un niño para aprender "coordinación"; y los igualmente amplios cambios producidos por la circulación de las hormonas sexuales al comienzo de la adolescencia. Recordemos cómo un cambio en un canal humano de comunicación -- por ejemplo, la destrucción del nervio óptico -- puede resultar en una adaptación compensativa en el empleo de otros canales de comunicación, tales como los sentidos del oído y del tacto. Este mismo efecto de un componente sobre otro puede ilustrarse, al nivel del grupo social, por el cambio de juego de todos los miembros de un equipo de fútbol que de repente adquiere un jugador "estrella", o la conducta distinta de un pelotón cuando se le proporciona un líder que lo inspira. En cada uno de estos casos tenemos el mismo resultado: cambio de comportamiento por parte de un organismo mayor, que se puede atribuir a las interacciones y adaptaciones por parte de los componentes.

Siguiendo el mismo razonamiento, la sociedad crea ciertas organizaciones económicas antes de que pueda hacer ciertas cosas con la comunicación, y ciertamente tiene que hacer ciertas cosas con la comunicación antes de que pueda hacerlas con la economía. Por ejemplo, debe poseer una base financiera antes de que pueda mantener un periódico, y debe anunciar o divulgar noticias sobre los artículos en venta antes de que pueda establecer un mercado amplio para los fabricantes de los mismos. Un desarrollo en una línea estimula el desarrollo en la otra. Un sistema más eficiente de comunicación facilita el

desarrollo industrial; y el desarrollo industrial hace más fácil el desarrollo de la comunicación. Más y mejores periódicos suministran más argumentos para aprender a leer, y en una alta tasa de alfabetización se encuentra la razón de tener más y mejores periódicos. Cuanto más se sienta la gente capaz de tomar parte en actividades políticas, más sentirá la necesidad de educación e información. Cuanto más información reciban, más interesados estarán en los acontecimientos políticos. Cuando más educación posean, buscarán más información. La historia típica del desarrollo de la comunicación, en países donde está más avanzada, es una cadena de interacciones en la que educación, la industria, la urbanización, el ingreso nacional, la participación en política, y los medios de comunicación colectivos, han adelantado todos juntos, estimulándose recíprocamente.

En el cambio social que llamamos crecimiento "económico", el desarrollo en una línea no puede adelantarse mucho al desarrollo de las otras. Así como un médico puede alterar el bienestar de un paciente cambiándole la dieta, inyectándole algo en las venas, haciendo que descanse o ejercite sus músculos, suministrándole oxígeno en vez de aire para respirar, o reduciendo o aumentando su ansiedad, así puede una sociedad recetarse cambios en su sistema educativo, su sistema industrial, su distribución del poder político, o su sistema de transmisión de noticias. Pero si alguno de estos se queda muy atrás -- si el paciente no recibe lo suficiente para comer y respirar -- o si la sociedad posee una productividad o información inadecuada -- entonces todo el sistema cae enfermo, y no se avanza en ninguna de las líneas.

Es ésta la naturaleza de la interacción que estamos considerando.

II. LA COMUNICACION COMO IMPULSORA

Lo que esencialmente tiene lugar en el crecimiento económico nacional es que se crea un sistema nacional más activo. Las relaciones que han estado dormitando se despiertan. Los componentes en gran parte centrados en sí mismos llegan a interrelacionarse. Ocurre un enorme aumento en la actividad y en la productividad en todo el sistema. Una de las fórmulas más comunes de la tensión sistemática es la discrepancia entre el nivel de funcionamiento prescrito por los objetivos y por las necesidades del organismo, y el nivel real de funcionamiento. Para procurar las condiciones favorables al desarrollo económico, tiene que haber una gran exaltación de los objetivos nacionales. Por discrepar estos ampliamente del comportamiento nacional actual, generan una dolorosa cantidad de tensión. Así como la comunicación se ha empleado para elevar los objetivos, difundir las noticias sobre los mismos, y ampliar su aceptación, así se usa ahora para levantar el nivel de las realizaciones nacionales hacia sus objetivos. Se emplea, con todo el arte a disposición de los líderes del crecimiento nacional, para manipular y emparejar el nivel de tensión. La tensión debe ser lo suficiente dolorosa para inspirar actividad, pero no tanto como para desalentarla. Por consiguiente la tensión se debe acumular, se debe reducir por la actividad nacional, como recompensa debe temporalmente relajarse, y comenzar de nuevo a acumularse. Esto es por supuesto lo que sucede en conexión con los planes "quinquennales" y otras campañas subsidiarias dentro del gran esfuerzo.

Al contribuir al manipuleo de los objetivos y la tensión, la comunicación social no trabaja como el servidor exclusivo de ninguna filosofía política en particular. En un Estado que se desarrolla en la dirección de líneas marxistas-leninistas, la comunicación toma una forma algo diferente de la que tiene en un Estado no leninista, pero esto se debe a que la sociedad entera toma una forma diferente. La comunicación eficiente es tan esencial para el desarrollo en China como en la India, en Cuba como en Brasil, en Guinea como en Pakistán. Y existen sorprendentemente pocas diferencias entre los modos en que se emplea para acelerar el desarrollo en estos diferentes Estados. Debido al intenso desarrollo de los medios de comunicación colectivos en los países occidentales algunas veces pensamos de la comunicación altamente desarrollada como un fenómeno de Occidente, pero, si acaso, en las últimas décadas, los comunistas le han prestado más atención que los no comunistas al desarrollo adecuado de la comunicación nacional. Imponen diferentes controles a la comunicación social, y la emplean para objetivos políticos algo diferentes, pero esencialmente la usan para desempeñar las mismas variedades de tareas que los otros países.

Walt W. Rostow 1/ ha hecho una lista de los adelantos que considera como "condiciones previas" necesarias para lo que él llama "impulso inicial". Son éstas, nos dice, "la creación de una nueva generación de hombres y mujeres adecuadamente preparados y motivados para manejar una sociedad moderna; una revolución en la productividad agrícola;una acumulación masiva de medios de transporte y fuentes de energía; yel desarrollo de la capacidad de obtener más divisas extranjeras". Daniel Lerner, en The Passing of Traditional Society, 2/ ha desarrollado más ampliamente una de las "condiciones previas" que Rostow, el historiador económico, deja por debajo de otras, pero que un sociólogo como Lerner prefiere destacar en una posición de mayor importancia. Nos habla de una "empatía nacional" que debe desarrollarse conforme la gente de un país en crecimiento adquiere el sentimiento de ser nación y una capacidad para trabajar unidos.

Ahora, si preguntamos, a cuál de estas "condiciones previas" debe contribuir la comunicación, la respuesta es: a todas ellas. La comunicación debe desarrollarse en tal forma como para favorecer un esfuerzo mayor en todas direcciones. Por ejemplo:

A. La comunicación debe emplearse para contribuir al sentimiento de nacionalidad

Sin esto, ninguna nación puede penetrar la barrera económica. Debe haber un crecimiento de las lealtades y conciencia nacionales, complementando las lealtades y conciencia locales. Gentes de diferentes culturas, diferentes lenguas, diferentes creencias políticas y religiosas, deben llegar a

1/ Véase W. W. Rostow, The Stages of Economic Growth (Cambridge, England; Cambridge University Press, 1960) Trad. Las Etapas del Crecimiento Económico (México; Fondo de Cultura Económica, 1961).

2/ Véase Daniel Lerner, The Passing of Traditional Society (Glencoe, Illinois: The Free Press, 1958).

darse cuenta de su interés común, y de la utilidad de trabajar unidos para lograr los objetivos.

Esto se concreta en una gradual ampliación de horizontes, un cambio gradual en el foco de la atención de los asuntos y preocupaciones locales hacia los nacionales, una tremenda aceleración de la información que viene de lugares distantes. En la sociedad tradicional, un pueblo vive dentro de sí mismo. Sus noticias las constituyen los chismes del vecindario. Sus preocupaciones son las de las familias que allí viven. En el proceso del desarrollo económico las noticias se hacen noticias nacionales. Los intereses de vecindad persisten, pero deben ahora relacionarse con el interés nacional. El hombre que principalmente había sido un Ciudadano de la Aldea, es ahora consciente de ser un Ciudadano de la Nación.

Pero el Ciudadano no puede ampliar su ambiente o su medio a no ser que el sistema de comunicación así lo haga. En la sociedad tradicional, que usa medios orales, los recursos para la comunicación de amplios horizontes resultan ineficientes: el viajero, el trovador, llegan de tarde en tarde y saben muy poco. Una modernización requiere medios de masas. Algunos de éstos deben ser de escala nacional. La radio y unos pocos periódicos deben transmitir las noticias y el punto de vista de la nación, y deben llegar a la aldea. Cuando así lo hagan la gente aprenderá a leer la palabra impresa y adquirirá receptores para la radio. Y cuando esto tenga lugar, entonces los sistemas de comunicación locales -- el café, la tienda, la conversación casual, el gobierno local, el periódico local si lo hubiere -- se ocuparán también de los asuntos nacionales, y, si existe un liderazgo adecuado, el sentido de nación crecerá.

B. La comunicación debe emplearse como la voz del planeamiento nacional

Es necesario un enorme esfuerzo por parte de la población de una nación en desarrollo. Tienen que aprender nuevas artes, nuevos modos de vida. Con su trabajo deben contribuir a procurar el capital necesario. Deben estar dispuestos a posponer la satisfacción de sus deseos hasta que la nación en su totalidad esté en condiciones de hacerlo. Sobre todo, tendrán que comprender por qué están haciendo este esfuerzo, y sentir que toman parte en la determinación de lo que se debe hacer.

Esto, en parte, requiere sólo lo que ya se ha especificado -- medios nacionales de comunicación colectivos, eficientes, para alimentar el sistema de comunicación local. Estos medios deben llevar la información, las discusiones, mediante las cuales la nación llega a comprender la necesidad de los planes y a formarse un consenso sobre los mismos. Deberán comunicar ampliamente al país en su totalidad los objetivos convenidos, las decisiones nacionales, y los informes sobre cómo progresan. La velocidad es esencial. Sin ella resulta imposible un esfuerzo nacional eficiente.

Pero se necesita algo más. Cada vez es más necesario, para mantener un sentido de nacionalidad, de participación, que exista comunicación recíproca. Tiene que haber un canal por cuyo medio las necesidades y preocupaciones y realizaciones de la comunidad local se puedan comunicar hacia arriba y hacia

abajo. Esto no sucede por accidente. El sistema político, si ha de transmitir información de esta clase, tendrá que esforzarse en conseguir la de sus representantes locales. Los periódicos, si han de traer información local, tendrán que hacer arreglos para conseguir corresponsales locales. En último término, es necesario un servicio nacional de noticias que las obtenga sistemáticamente y las comparta con el resto del país. Será necesario crear conductos para la crítica de las políticas y actuaciones, tanto local como nacionalmente. Esto significa que habrá reuniones públicas, funcionarios que atiendan reclamos, oportunidades para escribir "cartas al director", oportunidades de discutir y debatir. En una nación en proceso de desarrollo la comunicación aumenta enormemente; y la mayor parte de ella es esta clase de comunicación.

C. La comunicación debe emplearse para ayudar a enseñar las destrezas necesarias

Esto hay que hacerlo en un frente muy amplio:

Debe colaborar en la alfabetización, de modo que los ciudadanos puedan participar en forma amplia y eficiente.

Debe colaborar en la enseñanza de especialidades técnicas de toda clase, para que la tecnología pueda avanzar.

Debe, en particular, prestar ayuda en enseñar las destrezas necesarias en la producción agrícola para que una proporción suficiente de la población se libere de esas faenas y pueda vivir en las ciudades y trabajar en la industria, y para lograr desterrar el hambre como un enemigo del progreso nacional.

Es éste quizás el punto donde la comunicación puede hacer su mayor contribución al crecimiento de la nación. Todas las formas, todos los canales de comunicación son necesarios. Hay que conseguir libros de texto para las escuelas; películas cinematográficas, radio y material impreso para la educación de la comunidad; impartir instrucción organizada a grupos e individuos para complementar los medios. Tiene que haber facilidades para producir estos materiales, y un programa para usarlos.

La destreza básica que se ha de enseñar es la alfabetización. Sin esto ninguna nación puede esperar el logro de una participación política suficientemente amplia o un número suficiente de trabajadores técnicamente adiestrados. Un programa de impacto para enseñar a leer a los adultos, y una expansión de las escuelas hasta que cada niño tenga una escuela a que asistir, son partes necesarias del crecimiento económico. Más aún, los medios audiovisuales son tan versátiles que pueden saltar la barrera del analfabetismo y llegar a enseñar algo del conocimiento técnico y de la conciencia política necesarios para el adulto, aún antes de que esos adultos aprendan a leer. Una buena radio de batería que se vende por unos cinco dólares podría abrir las puertas de millones de hogares en los países en desarrollo a las noticias y a la información, mucho antes de que los programas de alfabetización lleguen a esos hogares. Un proyector de luz solar podría llevar información técnica a muchas comunidades donde no hayan penetrado ni la electricidad ni la

alfabetización. La televisión y las películas educativas son medios de enseñar, sin ayuda de material impreso, si logran introducirse en la comunidad. No es por tanto necesario esperar a que la alfabetización se difunda para que las destrezas técnicas elementales, y en particular, las destrezas agrícolas y las prácticas higiénicas, puedan compartirse con los analfabetos.

Así podrán avanzar juntos el desarrollo de la educación, la alfabetización, y la instrucción comunal. Se encontrará que se ayudan mutuamente. En particular los nuevos lectores podrán llevar a la práctica la materia que más necesitan como ciudadanos, y podrán ayudar a enseñar a quienes no saben leer.

Al mismo tiempo que dar capacitación en destrezas técnicas, la nación en desarrollo no debe olvidar capacitar gente en el arte de la comunicación. Más adelante hablaremos más acerca de esto. Durante un corto tiempo, muchas de estas personas pueden prepararse en países más avanzados, pero tan pronto sea posible, la preparación debe hacerse en el propio país.

D. La comunicación debe usarse para ayudar a ampliar el mercado efectivo

Si la mayoría de la gente vive y trabaja en las ciudades, si ha de haber industria nacional, si el país ha de construir su comercio exterior, es obvio que tiene que existir comunicación dirigida hacia esos fines.

La naturaleza de esta comunicación dependerá de la importancia de la empresa privada en los planes de la nación. Si la mayor parte de la industria y el comercio se va a nacionalizar, entonces gran cantidad de esa información será transmitida por los canales administrativos, y principalmente consistirá de hechos relacionados con precios y disponibilidades. Por otra parte, si se va a estimular la empresa privada, entonces se estimulará también la propiedad privada de los medios de comunicación, y habrá oportunidad para que la publicidad juegue un gran papel en la ampliación de mercados. Aquí también los países en desarrollo tienen mucho que aprender de los países más avanzados. Así podrán evitarse algunos de los errores cometidos por esos países, y adaptar algunos de sus procedimientos más eficaces en comunicación comercial. En cualquier caso esta fase del desarrollo deberá incluir una ampliación muy difundida de las redes de teléfonos y telégrafos, de servicios postales adecuados, y de transportes.

E. Conforme el plan se desarrolla la comunicación debe usarse en ayudar a la gente a representar sus nuevos papeles

En un país en desarrollo los ojos de la comunicación están siempre puestos en el futuro. De hecho, esta es una de las diferencias entre la sociedad tradicional, donde mucha de la atención está puesta en el pasado, y la sociedad que se moderniza donde está abrumadoramente puesta en el porvenir. Esta orientación hacia el futuro tiene dos efectos importantes. Uno, que estimula

a la gente a mayores esfuerzos y los fortalece para soportar penalidades, las que se ven como preludios temporales pero necesarios de mejores días. En segundo lugar, de hecho los prepara para nuevos papeles, nuevas responsabilidades y nuevos problemas. Esto lo consigue informando constantemente acerca de los planes y las realizaciones nacionales, las experiencias de otros estados que se están industrializando, y los "héroes" que están siendo emulados.

Se usa por lo tanto una gran proporción del tiempo y el espacio de los medios de comunicación colectivos en los países en desarrollo para una tal combinación de informaciones y exhortaciones. Muchos países en desarrollo -- notablemente el bloc Sino-Soviético -- han encontrado que también conviene organizar un gran cuerpo de agitadores entrenados para ese propósito. Aún cuando los países en desarrollo no tengan necesidad de un control estricto sobre su población como los países Sino-Soviéticos creen tenerla, movilizar el esfuerzo nacional y mantener a la gente informada sobre planes y necesidades nacionales es generalmente uno de los propósitos principales del programa nacional de información, y esto demanda alguna habilidad administrativa y de planificación en la oficina de información del gobierno.

F. La comunicación debe usarse para preparar a la gente a representar su papel como nación entre naciones

El proceso de desarrollo económico exige que los horizontes se amplíen de los acontecimientos locales a los nacionales, y de ahí a los internacionales. Esto en parte es una consecuencia de la expansión comercial y de la importancia nacional creciente. En parte, y con demasiada frecuencia, se debe a que el país en desarrollo encuentra conveniente para estimular la lealtad y los esfuerzos de trabajo, para justificar las privaciones y para desplazar las hostilidades, encontrar un "chivo emisario" o "cabeza de turco". Así la Unión Soviética encontró muy útil durante los años de su desarrollo el temor a los países occidentales, Polonia encontró conveniente temer a Alemania, Egipto a Israel, Cuba a los Estados Unidos, etc.

En cualquier caso se exige a los medios de comunicación colectivos informar sobre el resto del mundo, y esto a la vez generalmente exige arreglos con una o más de las agencias noticiosas internacionales. No se debe menospreciar lo que está implícito en este cambio. En el transcurso de una generación, durante el tiempo del desarrollo rápido, los ojos del hombre corriente deben elevarse de la aldea en que vive al mundo entero. Este cambio debe reflejarse en el sistema de enseñanza, en los periódicos, y en las conversaciones cotidianas.

III. LA ECONOMIA COMO IMPULSORA

Por consiguiente la nación en desarrollo debe estar preparada para sostener un enorme aumento en la comunicación diaria dentro del sistema. Los componentes deben estar en contacto. Conforme la actividad se extiende por todo el sistema, el acto de equilibrar y compartir la tensión se hace más delicado,

y requiere información más rápida, venida de mayores distancias, y órdenes más veloces hacia los centros más dispersos. La misma clase de componendas, las mismas bases de cooperación, que han existido entre unos pocos debe procurarse que existan entre muchos. El conocimiento debe obtenerse en mayor escala, y compartirse con más amplitud. La información se debe transmitir con mayor rapidez, y esto hay que hacerlo no sólo durante el período del plan quinquenal o aún el período del gran desarrollo económico, sino permanentemente -- porque el sistema nacional se está moviendo hacia un nivel de funcionamiento que exigirá siempre comunicación más amplia y más rápida.

Se debe por lo tanto destinar una cantidad considerable del capital del sistema al mantenimiento de la tasa de crecimiento de la comunicación, en grado no menor que la tasa calculada para el sistema en su totalidad. Hay que crear nuevos y más largos canales de comunicación. Hay que desarrollar nuevos y más eficaces aparatos para obtener, almacenar y compartir la información. Deben desarrollarse nuevas artes entre los comunicadores y los usuarios de la comunicación. Esto sin duda requiere apoyo y organización substanciales.

La modernización económica exige nada menos que lo siguiente:

- Un sistema extenso y difundido de comunicación colectiva.
- Escuelas a disposición de la mayoría si no de todos los niños de la nación.
- Enseñar a leer a la mayoría de los ciudadanos, adolescentes o mayores.
- Un plan extenso de educación comunal y adiestramiento técnico para adultos.

El requisito de un sistema de comunicación colectiva, por supuesto, no significa necesariamente que cada hogar tenga un radio y esté suscrito al periódico, o que la televisión deba cubrir todo el país. Son estos, objetivos para más adelante. Para el período de transición, los standards de la UNESCO de 10 ejemplares de periódicos y 5 receptores de radio para cada 100 personas, no resultan muy bajos. La televisión del hogar puede esperar, aunque como multiplicador de escuelas y maestros tienen muchísimo en su favor ya para el presente. La UNESCO también sugiere una tasa de dos asientos de cine por cada 100 personas, pero en el período de transición el uso de películas para enseñanza e información de la comunidad tiene mayor sentido que el aumento de cines para diversión. En cualquier caso los desarrollos de estos medios de comunicación colectivos exigen el desarrollo muy grande de elementos auxiliares:

- Maquinaria de imprenta -- equipo de composición, prensas, fotograbadoras, y el resto del equipo para talleres de composición e impresión.
- Equipo de radiodifusión -- transmisores, equipo de estudios, grabadoras, torres y antenas, y todos los otros requisitos de una moderna estación.

CUADRO 1

LA DISTANCIA A QUE SE ENCUENTRA EL DESARROLLO ECONOMICO

Población	NIGERIA	PAKISTAN	ITALIA	REINO UNIDO
	32 millones	80 millones	45 millones	52 millones
Ingreso nacional per cápita (dólares)	68	60	409	1,144
Porcentaje de adultos que saben leer	11	14	85	98
Consumo nacional de papel periódico per cápita (Kgs.)	0.1	0.1	3.6	19
Circulación de diarios por cada 1.000 personas	7	9	107	573
Número de cines	52	284	7.414	4.325
Receptores de radio por cada 1.000 personas	2.1	2.7	140	284

(Cifras suministradas por la UNESCO)

- Proyectores, cámaras y estudios cinematográficos.
- Abastecimiento de fuerza eléctrica.
- Suministro de papel de imprenta, que generalmente es escaso y caro en países poco desarrollados.
- Un abastecimiento de película, que generalmente se debe importar.
- Una fuente de noticias extranjeras, y un medio de canjear noticias dentro de la nación.
- Una fuente de abastecimiento de programas y otra de películas.
- La capacidad de publicar libros y revistas.
- Al menos los rudimentos de una red de telecomunicaciones, por medio de la cual intercambiar programas y comunicación de un punto al otro.

- El suministro de receptores de radio, y ya sea los medios para construirlos o una forma factible de importarlos.
- Experto personal administrativo, para todos los medios.
- Personal profesional preparado -- editores y reporteros, productores y escritores de argumentos, directores de cine, y similares.
- Trabajadores técnicos adiestrados -- impresores, compositores, prensistas, maquinistas, técnicos en radio y cine, y operadores de proyectores.
- Personal adiestrado para la reparación y mantenimiento de todo este equipo.

Las escuelas, la alfabetización, y la educación comunal, no importa cuan modestas sean en apariencia física, necesitarán actividades y materiales logísticos de un orden todavía más alto. Por ejemplo:

- Edificios escolares, que al comienzo pueden ser provisionales, pero que pronto necesitarán muchas nuevas construcciones.
- Libros de texto, junto con las personas que los escriban y los medios para imprimirlos.
- Equipo de enseñanza y laboratorio, que variará de pizarras y pizarrones en los primeros grados hasta equipo mecánico y electrónico más elaborado en el programa de adiestramiento técnico.
- Medios accesorios: material de lectura para los que acaban de aprender a leer y los técnicos en entrenamiento, películas educativas, fotobandas y proyectores, grabadoras de sonido, finalmente autoinstrucción programada y televisión. Más se necesitará de estos equipos cuanto menos maestros preparados haya.
- Un alto grado de organización, incluyendo el equivalente de un gran servicio de extensión agrícola, un programa de alfabetización a escala nacional, y un programa de adiestramiento técnico que use cuando sea posible adiestramiento por medio del aprender haciendo.
- Personal administrativo preparado, incluyendo administradores de escuelas, de educación para adultos, y generalistas capaces de coordinar las distintas ramas del programa.
- Maestros preparados para escuelas, colegios y el programa de alfabetización, y para los de adiestramiento comunal y técnico; y en consecuencia:
- Escuelas o programas para la preparación de maestros.
- Personal para la reparación y mantenimiento de edificios y equipo.

-- Un gran número de voluntarios y semi-profesionales para aumentar la escasa oferta de maestros preparados.

Estos catálogos son sugestivos más que exhaustivos. No se ha intentado poner una cifra monetaria frente a ninguno de los renglones, aunque es obvio que representan un gran desembolso. Dar en unas cuantas décadas los pasos en comunicación exigidos por un país en desarrollo, demanda por consiguiente un sacrificio nacional, estar dispuestos a asignar bienes escasos a la comunicación a expensas de otros fines, y un gran esfuerzo de la nación tendiente a su propio desarrollo. Investiguemos cuáles son las condiciones necesarias de la sociedad para nutrir tal desarrollo.

No es necesario decir que el requisito básico es que toda la nación se comprometa a un desarrollo rápido. Otro requisito evidente es la capacidad de reunir el capital, ya sea en trabajo o en recursos, para construir la industria. Más allá sin embargo las necesidades varían con el sistema político y con la clase de desarrollo.

La tarea de pagar por un sistema de comunicación resulta algo más fácil para los países socialistas o comunistas que para aquellos donde la propiedad privada se estima más, y donde el poder de disponer está más ampliamente distribuido. Esto, notablemente se debe a que el gobierno centralizado en el país socialista tiene un mayor control sobre la planificación del sistema. A cualquiera que haya estudiado intensamente la comunicación colectiva del Soviet, sin duda le ha impresionado la meticulosidad del sistema. 1/ En contraste con nuestros medios de comunicación colectivos los cuales "simplemente crecieron" en respuesta a las presiones y oportunidades de la empresa privada, los medios soviéticos muestran las señales de haber sido planificados a propósito para desempeñar un trabajo para el Estado. En la práctica la competencia queda eliminada. El papel periódico y la maquinaria de imprenta se adjudican, no sobre la base de la capacidad de pagarlos, sino la de donde sean necesarios para llevar a cabo la obra del Estado. A un periódico se le permite existir, no simplemente donde pueda mantenerse por anuncios y suscripciones, sino donde el gobierno o el partido sienta que es necesario. Así que la asignación de fondos y materiales para los desarrollos requeridos en comunicación resulta tan simple como su asignación a cualquier otro sector de la actividad del Estado.

Por ejemplo, si China decide elevar su tasa de alfabetización del 10 al 50 por ciento, y cuadruplicar la asistencia en educación superior, como se supone que lo ha hecho en los últimos diez años, la asignación de materiales, personal, y esfuerzo a esas tareas resulta relativamente mucho más fácil que en el caso de un país como la India. China está en mejor posición que la

1/ Véase Alex Inkeles, Public Opinion in Soviet Russia (Cambridge; Harvard University Press, 1953) y Wilbur Schramm, One Day in the World's Press (Stanford; Stanford University Press, 1959, pp. 7-8).

India para imponer tensión sobre su sistema. Si la Unión Soviética decide, como lo hizo hace algunos años, que un cierto número de periódicos de ciertas clases eran necesarios en Kazakhsan, resulta relativamente fácil cerciorarse de que exista exactamente ese número de periódicos y de las clases especificadas. Esto es menos posible en un sistema como el de la India o como el nuestro.

En un Estado que mantiene sus comunicaciones por medio de la empresa privada es posible hablar de ciertos requisitos básicos para la introducción de uno o más medios de comunicación -- por ejemplo, auditorio potencial, sostén potencial por anuncios, disponibilidad de habilidades y equipo técnicos, etc. Así, en el Sur de Asia, en los momentos actuales, se estima que una ciudad de 50.000 habitantes es aproximadamente la más pequeña que podría mantener un periódico diario, por cuanto el sostenimiento por anuncios, la alfabetización, y el ingreso individual, son todos bajos. La disponibilidad de personal y equipo técnicos es un obstáculo que un país reglamentado tanto como uno democrático deben vencer. Pero en cuanto al requisito económico de sostenimiento se refiere, no se puede considerar que éste exista en el mismo grado para un país reglamentado. Si la Unión Soviética, o China, o cualquier otro Estado dirigido, deciden que un periódico o una estación de radio deben situarse en un lugar dado, no necesita considerar el problema del sostenimiento publicitario, ni aún considerar muy seriamente si un auditorio bien dispuesto espera o no el nuevo medio. Puede tomar una decisión en términos de un desarrollo deseable, más bien que a base de los recursos de sostenimiento de una empresa privada.

Un país dirigido se encuentra en posición, si así lo desea, para hacer avanzar sus comunidades cincuenta años en una noche en cuanto a la comunicación -- es decir para injertar la comunicación al sistema sin un desarrollo orgánico. Hasta donde sabemos este experimento nunca ha sido probado seriamente, y por lo tanto el resultado no pasa de ser una conjetura. Pero qué sucedería por ejemplo, si una nación repentinamente introdujera la televisión a una parte del país donde de otro modo el desarrollo hubiera apenas comenzado? Traería esto un cambio extenso y general en el pueblo? Aceleraría el desarrollo de manera sana? Destruiría viejos valores creando frustraciones que la nación no estaría en capacidad de aliviar? No lo sabemos. La mejor evidencia con que contamos es lo que sucedió en pueblos como Tepotzlan cuando llegó la carretera principal a la capital. Aquí los resultados no fueron en ninguna forma halagadores. 1/

Tanto para el país dirigido, como para el democrático, los costos de construir un sistema de comunicación de masas y un sistema escolar son enormes. Pero en el país dirigido los operadores pueden evitarse algunas de las luchas e incertidumbres propias de los países democráticos para comenzar a crear medios nuevos de comunicación. Por ejemplo, en el Sur de Asia todos

1/ Véase Robert Redfield, Tepotzlan -- A Mexican Village (University of Chicago Press, 1930), y Oscar Lewis, Life in a Mexican Village -- Tepotzland Restudied (University of Illinois Press, 1951).

los periódicos de lengua vernacular, excepto los que han logrado mayor éxito, escasamente se sostienen con vida. No pueden darse el lujo de un buen equipo de imprenta. Ni contratar reporteros que los nuevos departamentos de periodismo preparan para servirles. Corrientemente no están en condiciones de pagar los servicios de una línea directa de noticias. Tampoco pueden hacer contratos de papel periódico, y al no poder negociarlos pueda que tengan que pagar el doble del precio en el mercado de lotes sueltos.

El Sr. A. R. Bhat, presidente de la Asociación de Periódicos de Lengua India, nos ha suministrado un presupuesto representativo y las perspectivas que se ofrecen para un nuevo periódico diario en una ciudad india de 50.000 habitantes que no contaba con periódico. ^{1/} Se podía esperar una circulación de 1.500 el primer año, y hasta 5.000 por el tercero. Se necesitaría un capital de trabajo de por lo menos 150.000 rupias para que resistiera los primeros tres años, fecha para la cual el periódico estaría en condiciones de sostenerse solo pero lejos de mostrar un beneficio. Y todos los gastos tendrían que mantenerse al punto más bajo. La prensa sería alimentada a mano. Al cuerpo editorial se le pagaría alrededor de 200 rupias (un poco menos de 45 dólares) por mes.

El aspecto más interesante de la prognosis financiera del Sr. Bhat es que él estima que sería necesario contar con un mercado monopolista en una ciudad de 50.000 habitantes para sostener un tal periódico diario de cuatro páginas con un presupuesto de hambre. En los Estados Unidos por supuesto, una ciudad de ese tamaño podría sostener un periódico de 24 a 48 páginas, con un rendimiento bruto de cuatro o cinco millones de dólares al año. Pero en un país nuevo o en desarrollo no existe tal base de negocios o industria (para anunciar) o de lectores (para suscribirse). Los recursos privados para sostener los medios son increíblemente bajos. Por ejemplo la familia india media, es sólo capaz de gastar una rupia por año (cerca de 21 centavos) en periódicos. El ingreso anual promedio de un birmano o un indonesio, sólo sería suficiente en total para pagar las suscripciones a unas cuatro revistas.

Por consiguiente, en la medida en que un país en crecimiento decida desarrollar sus medios a base de empresa privada, tendrá que aceptar considerables restricciones a su capacidad de situar e inaugurar nuevos medios. Habrá muy poco mantenimiento por anuncios hasta que la productividad y el ingreso crezcan. Y mientras la alfabetización y el ingreso no crezcan sólo habrá un pequeño mercado de suscripciones.

No se discute que no haya ventajas en contar con medios sostenidos por iniciativa privada, o que los medios que así se sostengan no ofrezcan un atractivo especial para la gente, de donde su marcada eficacia, aún durante el período de desarrollo -- pero simplemente se afirma que existen ciertas dificultades especiales para la iniciación de medios para cuyo sostenimiento se emplean recursos privados, en un país en desarrollo.

^{1/} A. R. Bhat, Problems of the Vernacular Language Press of India preparado para la Conferencia Asiática de la UNESCO en Bangkok, Enero 15-30, 1960. París, 30 de Noviembre de 1959; copia hecha por UNESCO.

CUADRO 2

PROYECCION FINANCIERA PARA UN PERIODICO EN UNA
CIUDAD INDIA DE 50.000 HABITANTES

I. Necesidad de capital		
1. Inversión inicial		
Maquinaria y equipo de imprenta	27.000 rupias	
Equipo para composición	6.500	
Muebles de oficina y otros	1.500	
Biblioteca	5.000	
2. Capital de trabajo	45.000	
3. Provisión para pérdidas iniciales hasta que el periódico se sostenga solo.	65.000	
	TOTAL	150.000
II. Gastos mensuales		
1. Sueldos y jornales		
Cuerpo editorial (9)	1.805	
Cuerpo administrativo (9)	1.200	
Personal de planta (35)	2.740	
Personal de servicio (7)	440	
Fondo para jubilación y aguinaldo	1.031	
2. Otros gastos de operación	5.195	
3. Gastos variables		
Papel periódico	4.488	
Tinta, almacenes, etc.	350	
	TOTAL GASTOS MENSUALES	17.249
III. Ingreso mensual (Al comienzo del cuarto año)		
Ventas	7.650	
Anuncios	8.160	
Ingresos varios	300	
	TOTAL INGRESO MENSUAL	16.110

(Cifras suministradas por A. R. Bhat, Presidente de la Asociación de Periódicos de Idiomas Indios)

La naturaleza y grado de estas dificultades varían con los medios, así como con el sistema político. Los medios impresos requieren alfabetización y urbanización. La radio y el cine evaden el requisito de la alfabetización; y la radio, al menos el de urbanización. Todos los medios exigen personal experto, pero de diferentes clases. La imprenta necesita de escritores, editores, e impresores. La radio, un número pequeño de personal de programas y administrativo, ingenieros y técnicos de estación, y facilidades extensas para el mantenimiento y reparación de receptores. Las escuelas necesitan un número muy grande de maestros preparados.

Nos hemos decidido a hablar de las escuelas junto con los medios de comunicación por una razón específica. Mientras que los problemas de la educación y la información tienden a estar separados en un país avanzado, no sucede lo mismo en un país en desarrollo. Los medios de comunicación colectivos deben llevar la carga mayor de informar e instruir al público durante mucho tiempo antes de que un sistema de enseñanza adecuado pueda desempeñar su cometido. La planificación de medios de comunicación colectivos encaja por consiguiente con la de escuelas y el adiestramiento técnico. Y en un país en desarrollo el empleo de esos medios como multiplicadores de maestros toma una importancia que no tiene en una nación avanzada. Por lo tanto, la estrategia económica del desarrollo de la comunicación no se puede dividir en una estrategia para la educación y otra para la información; la estrategia debe ser una sola.

Como ideal la estrategia ha de depender de diferentes canales en la etapa del desarrollo nacional, donde rinda los mayores dividendos en proporción a su costo y en relación con otras posibilidades. Donde la alfabetización es baja, la radio se recomienda a sí misma. Por unos pocos dólares se puede llevar un radio a la aldea, quedando así conectada como nunca lo había estado en forma alguna con el esfuerzo nacional.

Por unas pocas decenas de miles de dólares es posible montar una estación de radio para servir a miles de pueblos. Cuando la alfabetización comienza a elevarse, es entonces que un país previsor alentará el crecimiento de los medios impresos, para abastecer a los nuevos lectores y mantenerlos dentro de su público. Cuando faltan los maestros, un país sabio empleará los medios para multiplicarlos, tales como películas para enseñar, televisión educativa y el más moderno y en algunos aspectos el más prometedor de todos ellos, la autoinstrucción programada.

Hará todas estas cosas, es decir, siempre que pueda. El país típico que comienza una etapa de transición en su desarrollo se siente envuelto en un círculo de necesidades de las que no tiene forma de escapar. Con un millón de dólares podría hacer una obra importante con la radio, pero resulta que el millón se necesita para escuelas; de cualquier modo sólo puede contar con una tercera parte porque el adiestramiento industrial y agrícola es más urgente. Si los periódicos fueran abundantes y la gente pudiera leerlos, gran parte de la información agrícola podría ser transmitida por su medio; pero hay pocos periódicos y en condiciones anémicas. No nos proponemos completar el círculo de necesidades y frustraciones. El punto es que no existe una acción única mediante la cual pueda un país en desarrollo escapar de esta trampa. No podría hacerlo un nuevo colegio para la preparación de maestros, ni tampoco una

transmisora de televisión, ni la prensa subvencionada, ni ninguna otra acción por sí sola. La economía del desarrollo exige que una nación se yerga por sí misma dolorosamente de este modo, pulgada por pulgada, asiéndose de sus propios cabellos. Está en la naturaleza orgánica de un sistema nacional que el desarrollo de la comunicación no pueda avanzar mucho dejando atrás a lo demás.

Como ya hemos señalado, algunas estrategias son mejores que otras. Se puede asegurar que la estrategia óptima aún no ha sido probada. Qué sucedería por ejemplo, si un país en desarrollo abandonara los intentos de construir con un viejo plano, y echara una mirada a los medios y canales educativos con ojos nuevos? Cada uno de estos países sufre gran escasez de maestros. Cada uno tiene una tarea educativa muy extensa -- poner a los niños en las escuelas, enseñar a los adultos a leer y contar, a los agricultores cómo sacar más provecho de la tierra, a las amas de casa mejores prácticas higiénicas; hay que enseñar a los trabajadores las artes de la tecnología, a los servidores públicos los deberes y responsabilidades del servicio, enseñarles a todos en general las responsabilidades y privilegios de la ciudadanía en un momento crítico para su país. Pero en casi ninguno de los países existe mayor desarrollo en estas líneas.

En otras palabras, todo está por hacer. La planificación puede comenzar desde el principio. Los nuevos países pueden considerar la gama total de las posibilidades en comunicación, sin sentirse muy constreñidos por lo que se hubiera hecho antes. Así, por ejemplo, no necesitan reflexionar sobre el problema de introducir la televisión educativa o el aprendizaje programado en un sistema de educación ya bien desarrollado y con personal adecuado; sólo tienen que preguntarse, cómo usar estos mecanismos. No tienen que entrar en consideraciones acerca de cómo expandir o mejorar un servicio de educación comunal; sólo tienen que reflexionar sobre qué clase de educación comunal es la que de sean.

Y no hay razón por la que estos nuevos países tengan que dar todos los pasos que países más viejos han dado, o cometer los mismos errores que aquéllos cometieron. Así como algunas naciones han pasado de la carreta de bueyes directamente al aeroplano, así pueden saltarse grandes períodos en la historia de la educación y de la comunicación. Pueden libremente considerar si debieran introducir alguna versión del "phototypesetter" en sus imprentas, antes que pasar por la etapa del metal fundido.

Cada país tiene que buscar multiplicadores de maestros. Se tarda mucho en preparar un cuerpo adecuado de profesores en un país en desarrollo. Un alto funcionario de un estado africano estuvo recientemente discutiendo los requisitos de los Estados Unidos para el certificado de maestros, tomó nota de que algunos maestros deben contar con cinco años de universidad. "Sabe usted qué posición ocuparía en mi país un maestro que tuviera cinco años de universidad?" dijo el africano. "Sería Ministro de Educación!" Estos países no pueden esperar hasta que hayan preparado suficientes maestros en forma satisfactoria. Tienen a su disposición varias clases de multiplicadores. Uno de estos es la televisión educativa. En mi país, la TVE constituye solo "un enriquecimiento de la enseñanza". En un país en desarrollo, un aparato de televisión en cada pueblo podría convertirse en toda una escuela. Un segundo multiplicador es la auto-instrucción programada. En nuestro país no pasa de ser

un instrumento excitantemente prometedor, algo para ser probado y examinado totalmente antes que se decida dónde lo necesitamos. Mientras que en un país en desarrollo podría economizar años en el proceso del desenvolvimiento económico suministrándole a la gente un mecanismo para aprender por sí mismos las destrezas y obtener la información que más necesitan. Y finalmente existe un multiplicador de educadores que conocemos como colaboración voluntaria o semi-experta. Los países comunistas han demostrado cómo emplear esta clase de ayuda; se supone que China tiene entre cinco y diez millones de voluntarios de este tipo. No hay razón que impida que la gente que haya aprendido a leer no pueda -- con la ayuda de la televisión, la radio, y el cine -- ayudar a que otros aprendan; o para que los legos, con la ayuda de la autoeducación programada, no puedan ayudar a otros legos a aprender artes u oficios; o por qué, con la ayuda de estos nuevos mecanismos, no puedan las personas con sólo alguna educación tomar a su cargo gran parte de la carga de enseñar a los muy jóvenes. La comunicación personal representa el formato de comunicación en rueda o red en estrella, mientras que los medios de comunicación colectivos representan principalmente el formato en cadena, y conocemos bien algunas de las ventajas de los dos primeros. 1/

Existe otro multiplicador de los esfuerzos para enseñar que parece prometedor. Por cuanto un país en desarrollo tiene una tarea educativa que abarca la aldea entera, no podría organizar en igual forma su programa? Hay realmente alguna razón lógica para fragmentar la actividad: una organización para enseñar a los niños, otra para enseñar a leer a los adultos, otra para dar instrucción a los agricultores, etc.? Por qué no considerar, durante el período de desarrollo rápido, las posibilidades de planear el programa para toda la aldea, de modo que una parte ayude a la otra centralizando la responsabilidad?

Es excitante pensar lo que uno de estos países podría hacer si así enfocara de nuevo este problema.

Aun así, no sería fácil salir del círculo restrictivo antes mencionado. En su mejor aspecto la tarea de construir un sistema de comunicación es una pesada carga económica, lenta y dependiente del crecimiento económico general de la nación. Pero mayor razón entonces para aplicar alguna estrategia imaginativa, empleando los nuevos mecanismos de enseñanza y un máximo de colaboradores legos en cualquier organización que mejor pueda llevar a cabo la obra.

IV. ALGUNAS CONSECUENCIAS POLITICAS IMPLICITAS

Veamos ahora algunas de las consecuencias políticas implícitas en la interacción de la economía con la comunicación.

1/ Véase Alex Bavelas, "Communication Patterns in Task-oriented Groups", J. Acoustical Soc. Amer., 22, 725-730 (1950). También Harold Leavitt, "Some Effects of Certain Communication Patterns on Group Performance", J. Abnorm. Soc. Psychol., 46, 38-50 (1951).

Por una parte, el poder está donde está el control. No es casi necesario recordarle este hecho a un científico de la política, o a un político, pero en un país en desarrollo donde los canales de comunicación son en su mayor parte de poco alcance y personales, el control de los canales de largo alcance llega a ser dramáticamente importante. En un pueblo donde sólo hay un radio, la propiedad de ese aparato es tanto un símbolo como un instrumento de poder. El propietario está en condiciones de saber lo que está sucediendo en la capital, o en las capitales extranjeras, o en el mercado, antes que otros lo sepan. Además, puede compartir la experiencia de usar el radio, o la información que por él obtiene, con cualquiera que él lo desea. Cualquiera que haya estado en una aldea del Medio Oriente donde el jefe poseía el único radio no pudo dejar de impresionarse con la contribución que el radio significaba para establecer el rango del propietario y para su capacidad de conceder favores. Asimismo, la propiedad de un periódico en manos de un político en un país en desarrollo es de por sí un factor mucho más poderoso que el mismo hecho en un país como Estados Unidos. Los Gobiernos orientados en la dirección del Marxismo-Leninismo han sabido darle el valor que esto tiene manteniendo para sí la propiedad de todas las comunicaciones. En países en desarrollo de orientación no Leninista hay una larga historia de confiscación de la prensa, censura, y otras acciones que ilustran el respeto con que se mira el poder de cualquier red de comunicación en una situación volátil y cambiante.

En segundo lugar, la comunicación colectiva confiere un alto rango. Lo vemos en Estados Unidos, donde los artistas de televisión llegan a ser ampliamente conocidos con una suerte de pseudo intimidad, y donde voces impresionantes con frecuencia se toman por las voces de hombres sabios. Este fenómeno también se nota en los países en desarrollo, en un grado exagerado. Por lo tanto en muchos países ha habido un esfuerzo consciente para determinar a cuáles personalidades se les permite salir del anonimato por medio de la radio, y qué personalidades pueden ser mencionadas en las noticias. En un país avanzado el mundo cercano se mezcla casi imperceptiblemente con el mundo alejado; los problemas del propio hogar se mezclan con los de la comunidad, y éstos con los del estado y la nación, y las crisis internacionales. Hay un momento sin embargo en un país en desarrollo, cuando el mundo que uno puede ver con sus propios ojos y experimentar a primera vista queda nítidamente separado del mundo más distante. Durante ese período de alta tensión sistemática existe con frecuencia un conflicto político entre las fidelidades locales y las más amplias, y una considerable incertidumbre acerca de la política y liderazgo nacionales. Es durante este período, cuando la alfabetización se desarrolla y los radios disponibles llegan a ser más abundantes, que el poder de la comunicación colectiva para conferir rango se hace más importante, porque esos medios representan casi los únicos contactos directos del aldeano con las figuras de alto rango a nivel nacional, y casi el único croquis del ambiente que sea una alternativa real para el basado en la experiencia local.

En tercer lugar, es evidente que la comunicación puede usarse ya sea como un estimulante o como un barbitúrico nacional. La creencia general es que los poderosos medios de recreación existentes en Norteamérica, tienen un cierto efecto tranquilizante y escapista sobre nuestros ciudadanos, pero por otra parte el Presidente puede usar esos medios en forma más efectiva e inmediata para comprometer la atención del público y lograr reunir su apoyo a determinada línea de acción nacional. El punto es, por lo tanto, que la simple

existencia de un sistema de comunicación no contribuye necesariamente al desarrollo nacional. Es posible imaginarse una red nacional de televisión transmitiendo únicamente fantasía y recreación, empleando así un tiempo valioso que de otro modo se dedicaría al esfuerzo nacional y desviando la atención de los problemas nacionales. Es posible concebir un sistema de educación nacional dirigido en tal forma que induzca a la gente a vivir aparte de los problemas del mundo, y por lo tanto a darle poca importancia y poca colaboración a un programa nacional de desarrollo económico. El contenido y el empleo de los canales de comunicación son por consiguiente los determinantes, más que su mera existencia. Esta capacidad de servir, sea como estimulante o como tranquilizador, es útil para el gobierno que reconozca que la tensión puede ser manipulada, que se puede aumentar a veces las necesidades y a veces disminuirlas.

Cuarto; surge la pregunta: si el desarrollo de la comunicación por sí mismo contribuye a un control más amplio y democrático del gobierno nacional, y si el desarrollo económico nacional por sí mismo contribuye a un mayor y más democrático control de la comunicación.

La segunda de estas posiciones es mantenida por Nixon, ^{1/} quien demuestra que en los países económicamente desarrollados hay en general una más amplia libertad de prensa que en los países menos desarrollados. Este viene a ser, sin embargo, un empleo poco satisfactorio de estadísticas simples para probar un punto en extremo complicado. Por un lado, los países comunistas no muestran ningún avance hacia la libertad de prensa, tal como está implícito en la conclusión de Nixon. En cuanto al alcance de su criterio, existe tanto control sobre la prensa en la Unión Soviética, que es un país altamente desarrollado, como en Albania, que es un país pobre y poco desarrollado. Considerando un comportamiento más sutil, se observan unos pocos signos de mayor libertad de imprenta en la Unión Soviética: algo más de crítica, una más extensa cobertura de acontecimientos extranjeros, un débil fermento en la fúnebre seriedad y determinación de esa prensa. Sin duda en otras formas -- por ejemplo en los contactos con extranjeros -- se ha permitido recientemente una mayor libertad de comunicación. La mejor conclusión que podemos sacar en este momento es que el desarrollo económico nacional no tiene necesariamente que traer una mayor libertad de comunicación. Es del todo posible que una nación se desarrolle de la sociedad tradicional a la industrial (como en efecto lo ha hecho la Unión Soviética) sin que cambie el grado de control sobre la prensa y sin suavizar el control paternal sobre la dieta de comunicación que suministra a su pueblo. Por otra parte parece del todo razonable creer que el desarrollo económico, con su consiguiente mayor estabilidad política y una tasa menor de cambio social, aporta las condiciones bajo las cuales es posible una mayor libertad de la prensa; y manteniéndose iguales otras cosas, los controles probablemente se atenúen.

Hay otro modo de decirlo. Por cuanto es más fácil que un país desarrollado tenga una prensa y una comunicación totalmente libres, le es mucho más difícil conseguirlo a un país en los primeros pasos del desarrollo. La cantidad de libertad que la India tolera es poco corriente en países en

^{1/} R. B. Nixon, "Factors Related to Freedom in National Press Systems", Journ. Quart., 37, 13-28 (1960).

crecimiento. En realidad, es probablemente errado que nosotros esperemos que un país que está tratando de reunir sus recursos y de movilizar su población para un gran esfuerzo de transición, permita la misma clase de comunicación libre, competitiva, y que algunas veces confunde, a la que nosotros hemos llegado a acostumbrarnos en Estados Unidos. Este es un lujo que ahora podemos darnos. También pudimos tenerlo durante nuestro propio período de desarrollo económico por cuanto nos movíamos lentamente y nos respaldaban los recursos de un continente maravillosamente rico. Un país comparativamente pobre, que trata de hacer en pocos años lo que nosotros hicimos en un siglo, comprenderá que a duras penas puede darse ese lujo. Ni tampoco el de mantener sus energías divididas en cualquier forma. Debemos prepararnos para simpatizar con ese punto de vista, y para esperar que conforme estos países crezcan hacia una fortaleza económica y una estabilidad política, estarán dispuestos a alentar la libertad de comunicación.

Acerca de la otra parte de la pregunta -- si el desarrollo económico por sí mismo contribuye a un control mayor y más democrático del gobierno nacional -- hemos de decir como antes, no necesariamente. Aparentemente es posible emplear un sistema de comunicación eficiente con mayor eficiencia para un control rígido sobre la acción política. Sin duda es posible el empleo de un sistema de enseñanza más eficiente para adoctrinar a una generación en el punto de vista político deseado. La comunicación eficiente trabaja tan bien para un dictador como para un demócrata -- de hecho probablemente mejor para el dictador, porque es más posible que él logre un monopolio de la comunicación. Pero por otra parte está claro que el desarrollo de la comunicación suministra las condiciones necesarias para una mayor participación si la filosofía política lo permite.

¿Contribuye la comunicación a una mayor democracia sin tomar en cuenta la filosofía política que gobierna? Esta es una pregunta muy interesante que estamos ahora en posición de examinar en países tales como la Unión Soviética que nos sirven de laboratorio. ¿Existe por ejemplo algún indicio de que la creación de un cuerpo profesional de reporteros haya fomentado un mayor escepticismo acerca de las noticias oficiales en la Unión Soviética, una mayor posibilidad de manejo objetivo de las noticias, menos "catequización" por medio de las noticias? Si tales indicios existen, cuesta mucho verlos. Es cierto que hay indicios de cambio en la prensa soviética. Periodistas profesionales como Adjubei se han ocupado de hacer, primero el Komsolskaya Pravda y ahora el Izvestia, más interesantes de ver y de leer. Ahora se toleran asuntos de "interés humano". Los puntos de vista de las naciones occidentales se presentan con más frecuencia que hace diez años. Pueda ser que la profesionalización del nuevo cuerpo, junto con la mayor estabilidad general del país, hayan surtido efecto. En cualquier caso, esta clase de desarrollo debiera procurar una condición necesaria a tal efecto -- ceteris paribus. El cuerpo de periodistas en la Unión Soviética está todavía lejos de ser un "tercer estado" -- una influencia activa en política, o un crítico activo del gobierno. Pero esta es la dirección en la que se está moviendo el desarrollo de la comunicación, y su efecto debiera ser más fácil de notar en aquellos países donde la reglamentación es menos eficiente que en la Unión Soviética.

También podemos provechosamente preguntar si el gran aumento de noticias y contactos extranjeros no contribuye a una mayor democratización del gobierno, y a una más amplia participación política. En países que están creciendo a lo largo de líneas no leninistas, hay indicios dramáticos de que esto sucede. Las mujeres están saliendo de entre paredes y despojándose de sus velos. Los hombres cuyos horizontes eran estrechos, y cuyas decisiones políticas eran tomadas por otros, se están trasladando intelectualmente más allá de sus aldeas hacia el área de los problemas nacionales, y esforzándose por decidir por cuenta propia. Los hijos de estos hombres, en las nuevas escuelas primarias, piensan sobre geografía y política mundial. No hay duda de que en estos países se está creando tanto el interés en asuntos políticos como la confianza en el conocimiento propio.

Pero, está sucediendo algo similar en los países comunistas? Aquí, de nuevo, estamos en dificultad de contestar porque los países comunistas no se encuentran abiertos a la clase de investigación que necesitaríamos antes de poder contestar con confianza. Las escuelas y medios soviéticos todavía enseñan la misma demonología mundial. Pero ciertas cosas interesantes están teniendo lugar. Existe una evidencia impresionante en la Unión Soviética de su interés en el mundo occidental. El número de contactos entre los europeos orientales y los ciudadanos de los países de Occidente ha aumentado notablemente. Los científicos, en particular, han tenido muchas ocasiones de hablar francamente con sus colegas correspondientes. En la Unión Soviética se ha instituido recientemente la investigación sobre opinión y auditorio, aunque divorciada de cualquier interpretación teórica o política. Creo que podemos suponer que aprender es algo contagioso en cualquier parte y que la ampliación del foco de la atención posiblemente coloque los objetos cercanos en una perspectiva más nítida, sea bajo Kruschev, Nasser o Nehru.

Conforme el sistema emerge de su período de crecimiento rápido y alta tensión, y se lanza en un patrón de alto metabolismo y menor tensión, estos indicios son en consecuencia por lo menos una esperanza.

USOS DE LA COMUNICACION EN PAISES EN DESARROLLO^{1/}

Una Síntesis del Estudio Original

Es acertado suponer que la comunicación se emplea en todas partes para los mismos propósitos generales. Aun la tribu más primitiva es probable que coloque un centinela en una colina, para desempeñar el trabajo para el cual una sociedad más avanzada usa los medios de comunicación colectiva, las agencias de noticias, o los servicios de inteligencia. La tribu tendría un concejo o un jefe quien decidiría lo que el grupo debiera hacer; la sociedad más avanzada contaría con un sistema de gobierno más elaborado. Y mientras los niños de la tribu aprenderían en el regazo de sus padres, o imitando a sus mayores, la sociedad avanzada elevaría a institución el mismo proceso, creando un sistema de enseñanza. Cualquier sociedad a cualquier nivel de desarrollo responde a las mismas necesidades de informar a su pueblo, de formular políticas y ejercer liderazgo, y de enseñar lo que el ciudadano necesita saber.

A este nivel de generalización las diferencias internacionales entre países en desarrollo resultan insignificantes. A un nivel más específico las diferencias son infinitas. Nyerere no dice lo que dice Nkrumah. La India no usa la radio como Cuba lo hace. El silabario para la alfabetización de adultos en Kenya no es igual al que se usa en China.

Entre estos niveles de alta generalización y alta especificación existe una gran área en la cual las diferencias internacionales son de importancia, donde hay suficiente generalidad para permitirnos hacer comparaciones y hablar de estrategias.

Tanganyika - el primero de cuatro ejemplos

Hace algunos meses estuve viendo un desfile en una pequeña aldea de Tanganyika central. Pasaron primero los batallones de niños tocando flautas y tambores, con los tambores batiendo golpes sincopados. Seguían los Jóvenes Pioneros Tanu, en camisas de uniforme verdes y rojas, gritando canciones Tanu. Tanu es la sigla de Tanganyika African National Union. No es considerado como un partido en Tanganyika, el Presidente Nyerere lo llama "un movimiento político nacional". Después de los Jóvenes Pioneros venían el presidente y el concejo de la Tanu, funcionarios del gobierno local, y el pueblo. Iban a colocar la primera piedra de un nuevo centro comunal que estaban construyendo con sus propias manos.

La función de la Tanu es movilizar a la gente. La Tanu y el Gobierno estaban representados conjuntamente por el comisionado del distrito, quien hizo

^{1/} Tomado de East-West Center News, Vol. IV, No. 5, Oct.-Nov. 1964.

el discurso en la ceremonia. El comisionado es nombrado por el gobierno, pero es también un funcionario de la Tanu, y los presidentes y concejos de la Tanu dependen de él. Se encuentra también allí el servicio civil en forma de funcionarios de desarrollo regional de la comunidad, de relocalización e información; pero son principalmente asesores técnicos. Colaboran estrechamente con la Tanu dando consejos cuando es necesario. La Tanu es la que mueve a la gente. La moviliza para construir el centro comunal; suministra los voluntarios para las clases de alfabetización, persuade a la gente para que asista y luego la anima a perseverar; suaviza la relocalización de las familias cuando son trasladadas de tierras inadecuadas a una nueva aldea donde pueden aprender agricultura moderna. Detrás de todas estas actividades están los concejos, los presidentes, y las asambleas de la Tanu.

Aparentemente los medios de comunicación colectiva tenían muy poco que ver con el proceso. La mayor parte de la comunicación venía a través de la Tanu. No era en forma alguna comunicación totalmente vertical, de arriba hacia abajo hacia la gente. Las direcciones generales por supuesto llegaban a la aldea a través del comisionado y se difundían por medio del concejo. Pero esta comunicación hacia abajo generaba una cantidad sorprendente de comunicación horizontal, tanto en el concejo como en las reuniones o entre amigos bebiendo cerveza. Los planes se discutían ampliamente, y algunas veces se cambiaban, y ocasionalmente se elevaba una queja por medio del comisionado.

La India muestra patrones diferentes

La escena tuvo lugar en una pequeña aldea en Uttar Pradesh cerca de Lucknow. Eran las 7 p.m., y ya estaba oscuro. Sólo unas cuantas lámparas de kerosen alumbraban el pueblo. Los bueyes y búfalos se estiraban en los patios situados entre las casas. En el corredor de una de ellas 20 agricultores, ancianos de la aldea, estaban sentados cerca de un aparato de radio. Escuchaban con gran atención. Un hombre del Ministerio de Agricultura enumeraba las ventajas de la cría de pollos como producción comercial.

Este es un famoso foro radial rural. Comenzado en Canadá en 1930, se le dio publicidad por la UNESCO, se probó con gran éxito en la India, se adoptó en una docena de otros países, y fue adaptado a la televisión por Francia y Japón. La idea es simple: Un grupo de agricultores-líderes se reúnen una vez por semana para escuchar una charla radial de un experto, luego discuten qué puede hacerse con las sugerencias hechas por él. La divisa del foro agrícola es "Escuchar, Decidir, Actuar".

Después de la charla, la única mujer del grupo tomó la palabra. Era la agente de comunidades y empleada por el Ministerio de Desarrollo de la Comunidad. "¿Qué piensan ustedes de la charla? preguntó.

Le contestaron:

"Bien sabe usted que nosotros no comemos carne. El Gobierno no debería pedirnos que hagamos esas cosas".

La mujer les explicó que no se les estaba pidiendo que se comieran los pollos, simplemente que los criaran para vendérselos a la gente que los comía, y hacerse así de algún dinero. Durante una hora los hombres consideraron los pros y contras de la cría de pollos. Y se fueron sin haber aceptado la recomendación. Pero la idea había sido sembrada.

La discusión continuaría informalmente. Más tarde, podrían decidir hacer el ensayo. O buscarían alguna otra producción para fines comerciales, ya que la idea de unas cuantas rupias en efectivo resultaba atractiva. Y la semana siguiente se reunirían de nuevo para escuchar otra charla, y para decidir respecto de alguna otra innovación agrícola factible.

Ningún partido de acción social tomó parte. La única organización era el grupo de discusión, organizado por la agente de comunidades de la aldea y el concilio (el Panchayat).

Se usó la radio, más bien que el partido, para estimular la discusión en grupo y la acción social.

Ejemplo número tres: Cuba

En la costa meridional de Florida se puede recibir con toda claridad los programas de la televisión cubana. Pueda que usted haya visto la representación que estoy a punto de mencionar. Me refiero a un discurso de Fidel Castro por televisión.

Hay algo extrañamente hipnótico en el rostro barbudo que llena la pantalla, y hasta en el ritmo de elevaciones y descensos de la oratoria, que pasa de calma y paternal a urgente y emotiva, y otra vez de nuevo a lo popular. Castro hace todo lo que puede para dar la impresión de una conversación recíproca. Si tiene un auditorio con frecuencia le hace preguntas - "Es que no es así?" - "Sí, sí, Fidel!" Y si no tiene un auditorio enfrente a veces suele dirigirse a alguien a quien menciona por su nombre, o bien a "nuestros camaradas de Santiago" o de otra parte. A veces lee mensajes recibidos mientras está hablando, en ocasiones de grupos reunidos durante su discurso, creando así una comunicación real en ambas direcciones.

Un líder dotado de carisma emplea el carácter incomparablemente vívido de la televisión para proyectar su presencia en cada rincón de su patria, y para conducir a su pueblo por el camino del desarrollo deseado. Por supuesto, así como la Tanu en Tanganyika, Castro está tratando de construir la unidad nacional y de movilizar al pueblo.

Ejemplo cuarto: Italia y la Televisión

Hace algunos años, Italia se movió vigorosamente para liquidar el alto grado de analfabetismo de los adultos en sus provincias meridionales. Escasaban los maestros para la alfabetización; y eran pocas las escuelas para

adultos. El gobierno recurrió a la Telescuola, o Escuela por Televisión.

Se preparó una serie de programas, complementados con cartillas de lectura elemental y otros materiales impresos, y se invitó a los adultos a matricularse en el curso. Un maestro experto instruía a un grupo de alumnos en el estudio, los cuales podían seguirle en sus ejercicios prácticos y demostrarle al público vidente cuáles respuestas se esperaban. Cada programa tenía un intermedio cómico, y gracias al mismo se rompía la monotonía de la instrucción y la práctica. Los materiales impresos para práctica se intercalaban hábilmente con la televisión. El curso de la Telescuola resultó un éxito.

Al ensayar el curso, de Telescuola descubrió que cuando era posible reunir a los alumnos para ver las lecciones, una mayor cantidad de ellos seguía adelante con el curso y aprendía a leer que cuando lo veían individualmente en casa. No se necesitó un maestro entrenado para el grupo, un líder del mismo fue suficiente.

He aquí un patrón diferente de los que hemos visto. El caso de Tanganyika dependía de la comunicación de y dentro de un partido de acción social, con un empleo mínimo de medios de comunicación colectiva. Cuba usaba esos medios casi enteramente para crear la ilusión de una conversación personal con el líder. El experimento de la India empleaba los medios de comunicación colectiva para alimentar y mantener la comunicación interpersonal en grupos de discusión. Pero la Telescuola italiana, si bien dependiendo de un medio de comunicación colectiva, aún usó la comunicación interpersonal para apoyar la enseñanza a través de ese medio.

La Etapa de Desarrollo Crea una Diferencia

El desarrollo de los medios de comunicación colectiva avanza con el crecimiento económico. Conforme el ingreso per capita, la alfabetización, la urbanización, y la industrialización crecen, así lo hace el sistema de medios de comunicación colectiva.

Tanganyika, en una etapa relativamente temprana de crecimiento, cuenta con un sistema de medios de comunicación colectiva pobremente desarrollado, y depende en alto grado de sus canales de comunicación interpersonal a través del partido. La India tiene un sistema de radio bien desarrollado, y lo usa para su foro agrícola. Cuba, que iba un poco más adelante en crecimiento económico cuando el gobierno revolucionario tomó el poder, heredó comunicaciones bien desarrolladas, incluyendo televisión en escala nacional; y naturalmente emplea ese sistema de medios para llevar el rostro y la voz del líder a todos los rincones del país. Italia, con un sistema de medios altamente desarrollado, podía depender de la enseñanza por televisión. En general, a mayor crecimiento económico, mayor posibilidad de que un país emplee los medios de comunicación colectiva en su programa de desarrollo.

La etapa del crecimiento también nos dice algo acerca de las tareas de desarrollo a las cuales la comunicación dará énfasis. Este verano hablé con

un ministro del gabinete de un país que llegaría a ser independiente en el otoño, y le sugerí las posibilidades de la radio como un instrumento de enseñanza. "Eso vendrá en segundo lugar" me dijo. "Primero vamos a emplear la radio para convencer a nuestro pueblo de que es una nación!" Y ciertamente es ésta la primera demanda que se hace a un sistema de comunicaciones cuando nace una nueva nación.

Conforme un país se desarrolla puede emplear la comunicación para implantar la idea del cambio, y para elevar las aspiraciones de su pueblo hacia una economía más grande y una sociedad modernizada.

Una vez haya sido sembrada la idea del cambio, es necesario enseñar nuevas artes -- de la alfabetización a la agricultura, hasta la reparación de un automóvil. Y cuando esté en camino, se hace necesario movilizar a la gente para el gran esfuerzo del "despegue": persuadirlos de que se aprieten las fajas, endurezcan sus músculos, trabajen más tiempo, y esperen por sus recompensas. En esta cuarta etapa, como en la primera, uno de los usos principales de la comunicación es contribuir al control social.

Las barreras geográficas y la cultura heterogénea

crean una diferencia

Esencialmente ayudan a determinar quién habla con quién. Pakistan, por cuanto sus dos partes están muy separadas, tiene que desarrollar diferentes sistemas de comunicación. La India tiene trece lenguas principales, y 72 habladas por unas cien mil personas cada una. India difícilmente puede tener un programa nacional de radio o un periódico nacional.

El localismo impuesto por la lengua o la geografía es probable que sea un fenómeno temprano en el desarrollo. El localismo impuesto por las necesidades particulares de información de una cultura local, posiblemente resulte un fenómeno más tardío. Al principio el esfuerzo consiste en poder enviar una señal que pase las barreras geográficas, o llegar hasta todos los principales grupos lingüísticos.

La cantidad de comunicación de dos vías es importante

Pasemos ahora a otros dos patrones que se emplean para describir la comunicación en los estados en desarrollo.

Uno de éstos es la cantidad de comunicación de doble vía. Tal comunicación es una condición de eficacia que se aplica igualmente a países altamente desarrollados como a los que no lo están, y probablemente se toma en cuenta al planificar cualquier campaña que emplee la comunicación. Pero es especialmente importante en los países en desarrollo porque esos países colocan responsabilidades significativas sobre la comunicación.

Está la responsabilidad política para ayudar a ampliar la base de decisión en el crecimiento nacional. Cuanto menos autoritario sea el liderazgo, más esencial resultará la tarea. En un país como la India, donde la participación democrática se busca de verdad, se alienta a una prensa de libre empresa, vivaz y crítica, a entablar un diálogo real con el gobierno. Se hace esfuerzos para crear innovaciones en las estructuras de la comunicación — instituciones gubernamentales descentralizadas, redes informales de servicios de extensión e información local, y similares — de modo que los campesinos participen en el proceso de tomar decisiones. Por otra parte, en países que tratan de centralizar, en vez de ampliar, la toma de decisiones, posiblemente la prensa sea intimidada o confiscada, y entonces el esfuerzo principal estará en hacer que se escuche en las aldeas la voz del líder, más bien que la de la opinión local.

Más allá de esto, se asigna a la comunicación una responsabilidad más amplia de guiar y animar el cambio social, y de propulsar cualquier programa de desarrollo que se decida poner en práctica.

Todo esto requiere comunicación en ambas direcciones, pero hay dos niveles de comunicación de doble vía que se pueden emplear de diferentes modos y para diferentes fines.

Los niveles de comunicación de doble vía varían

Hay una comunicación de doble vía llamada "comunicación de retorno". En sistemas de medios de comunicación colectiva altamente desarrollados, la comunicación de retorno se ha institucionalizado mediante artificios tales como valoración de programas, y estudios de auditorios, para informar al comunicador quiénes están escuchando; y dentro de ciertos límites, cuáles son sus preocupaciones, gustos e intereses. En países en desarrollo la comunicación de retorno debe llevar una carga todavía más importante de información por causa de las grandes diferencias en el auditorio, y lo relativamente poco que los comunicadores de las ciudades saben acerca de éste. Existen cientos de diferentes culturas, idiomas, y dialectos en las 7.000 islas de las Filipinas, y, como los Dres. Flores y Feliciano hicieron notar, las necesidades, la disposición, las costumbres y los sistemas de símbolos, pueden ser obviamente diferentes de un "barrio" al otro. Este es un nivel relativamente elemental, aunque esencial, de comunicación de doble vía. A un nivel más alto consiste en la relación cotidiana entre el agente de cambio, el trabajador de desarrollo comunal o el representante agrícola, y el campesino. El agente de cambio debe aceptar al campesino como socio con todos los derechos en la transacción. Sus necesidades, deseos, ideas y conocimientos deben ser juzgados en igualdad con los del agente, y con respeto y amistad mutua. Al nivel más alto, la comunicación de doble vía lleva implícita la participación total de ambas partes.

Finalmente, está la responsabilidad económica que se le pide a la comunicación que asuma, economizar costos y multiplicar recursos. Durante el desarrollo nacional vemos que la comunicación se usa en esta forma, para ayudar a enseñar las destrezas necesarias y suplir las deficiencias del sistema escolar existente.

Comunicación de doble vía entre grupos

Existe un segundo patrón de flujo de doble vía en la red de comunicación entre grupos de una sociedad en desarrollo. Hablamos de comunicación en un país en desarrollo tomando en cuenta grupos minoritarios y mayoritarios, por cuanto, al menos superficialmente, parece que una gran parte de la comunicación para el desarrollo fluye entre un liderazgo empeñado en modernizar, y una masa poco dispuesta si no resistente. Existen muchas minorías, y aun la masa supuestamente monolítica se compone en realidad de masas, de diferentes culturas y sub-grupos, frecuentemente con conexiones relativamente escasas entre ellos.

La mayoría de los países en desarrollo cuenta con una élite modernizante y con una élite tradicional, la primera dedicada de lleno al cambio, la segunda empeñada en conservar el privilegio. Generalmente hay una élite rural y una masa rural, mas la última está compuesta de grupos muy diversos. Es frecuente también la existencia de una minoría o de minorías técnicas adiestradas, cuya importancia en el proceso de desarrollo depende de sus destrezas más bien que de que tomen parte en la formulación de políticas. Dentro de la estructura de poder habrá planificadores que se supone que tratan tanto con la élite del liderazgo (político) como con la élite de la técnica; una burocracia en numerosos niveles; y habrá también un cuerpo de personal de campo que representará a la burocracia ante las masas.

El punto más importante a considerar es el flujo de la comunicación entre estos grupos. Pueden las élites modernizantes y tradicionalistas comunicarse lo suficientemente bien como para lograr un consenso nacional? Tienen los planificadores comunicación adecuada con los técnicos y con el liderazgo político? La burocracia, facilita o inhibe el flujo de información hacia abajo, de la élite a las masas, y hacia arriba, de las masas a la élite, en ambas direcciones o en ninguna? Qué sucede en el punto crucial donde la burocracia se encuentra con las masas? Y qué orden de comunicación existe entre las masas rurales entre sí y entre las masas urbanas entre sí?

Pruebas como éstas establecen diferencias de modo muy importantes entre los sistemas de comunicación en países en desarrollo. Se enumeran algunas pocas de las cosas que creemos saber acerca del empleo de la comunicación colectiva durante el desarrollo de una nación:

La comunicación debe llegar al auditorio

Aun cuando el mensaje llegue a un auditorio, uno debe preguntarse si se trata del auditorio apropiado. Doob nos cuenta como la comunicación convenció a los varones musulmanes de Nigeria del Norte, de que el agua debía hervirse y filtrarse; pero nada sucedió por cuanto hervir el agua era asunto de mujeres, y las mujeres no estaban convencidas.

La comunicación debe estar de acuerdo con el
auditorio y su cultura

Debe ser comprensible, de acuerdo a la experiencia y el sistema de símbolos del auditorio. Todos conocemos el relato de Holmberg acerca de la impresionante película sobre el tifus, que llenaba la pantalla con figuras de piojos, solamente para que los asistentes se encogieran de hombros y dijeran que nunca habían visto animales como esos: los piojos que ellos tenían eran pequeños y por consiguiente probablemente no fueran peligrosos! (Holmberg, 1960. p. 105).

Si la comunicación aboga por un cambio de conducta debe
ofrecer uno que sea factible dentro de la cultura

Ciertas innovaciones han fracasado por estar mal adaptadas a la situación: el maíz nuevo y mejorado que no le gustó a la gente, pero del que se podía hacer alcohol muy bueno, contribuyó al alcoholismo en vez de la nutrición (Foster, 1962. p. 85); y la cocina sin humo que mejoraba la atmósfera en los ranchos con techo de paja, pero que fue causa de que el comején se comiera los techos porque ya el humo no se lo impedía. (Foster, 1962. p. 96).

La comunicación debe trazar un sendero directo
hacia la conducta deseada

El bonito cartel que deja sin contestación preguntas tales como "Cómo hacemos para producir más alimentos? "Cómo hacemos para tomar parte en el gobierno?" o, al menos, que fracasa en informar al auditorio dónde encontrar respuestas a tales preguntas, posiblemente no sea una comunicación completamente eficaz.

Es de gran ayuda reforzar un mensaje con
repetición y canales múltiples

En muchas aldeas de la India se desconfía de una idea nueva si llega sólo por un canal. A no ser que haya canales paralelos disponibles por medio de los cuales comparar los hechos, la nueva idea se recibe con sospecha y es generalmente rechazada. (Rao, 1963).

La comunicación debe usar una fuente con autoridad
o al menos digna de crédito

El líder con carisma tiene una gran ventaja. Nehru en su día, Nyerere, Toure, Castro, evidentemente podían hablar con gran autoridad y aceptación. Pero los medios de comunicación colectiva no necesitan depender totalmente de un gran líder. Se les puede conferir prestigio a sus comunicadores. Los medios pueden presentar personajes locales respetados en su canal de comunicación, y sacar ventaja de su reputación al mismo tiempo que ellos aumentan esa reputación al darles un mayor auditorio. Quién lo dice es una consideración de gran importancia.

Algunas veces es más fácil hacer cambiar la mente
de un grupo que la mente de un individuo

Esta es la conclusión a que llegó Lewin en sus experimentos con alimentos en los primeros años de la década del 40. Si todo un grupo decide cambiar, entonces cada individuo obtendrá el apoyo del grupo, y no desertará de las normas. Recuerdo a un hombre en Asia que adoptó una innovación contraria a las normas de la aldea. Al principio la gente no le hablaba. Luego no le hablaban a su esposa. Un día le soltaron los bueyes en su campo. Tuvo que abandonar la innovación.

Si todo el grupo no cambia con él, el que cambia tendrá que buscar un nuevo grupo. Un converso al comunismo, o a una religión diferente, es generalmente acogido en un nuevo grupo donde encuentra apoyo social. Por los medios de comunicación colectiva se puede también proporcionar elogios y reconocimiento.

La discusión no basta; los participantes
deben decidir y actuar

Una cantidad de grupos de discusión se reunió en Inglaterra durante la década de los cuarenta, para la discusión más que para la acción. Ninguno duró mucho. Por esto el lema del foro agrícola es "Escuchar, Decidir, Actuar!"

La demostración y el ejemplo ayudan

Si un campesino puede ver lo que uno de sus vecinos ha hecho, o lo que la aldea contigua ha hecho, y hablar con las personas que lo hicieron -- esto vale tanto como muchas palabras del funcionario de desarrollo.

Si hay algo que aprender, se debe proporcionar
las oportunidades de practicarlo

Muchos recién alfabetizados han retrocedido a un casi analfabetismo después de completar un curso porque les faltó material de lectura apropiado e interesante. Tienen que practicar su nueva destreza; han de contar con material de práctica que les lleve ideas adultas en palabras simples. Dentro del material preparado para la práctica de la lectura es posible enseñar mucho sobre agricultura, salud, o gobierno.

Si una innovación propuesta va en contra de actitudes
y hábitos establecidos, es mejor persuadir a alguien
que marche sólo paso a paso

Se hace difícil atacar de frente una actitud fuerte. Es más fácil aceptarla y reorientarla poco más poco menos.

Esto es simplemente una muestra de unas pocas cosas que los comunicadores creen haber encontrado que causan la diferencia entre la comunicación eficaz y la ineficaz, y como tales se pueden recomendar, con alguna cautela, a los comunicadores de innovaciones.

Lo que hemos dicho es fácil de decir, pero sólo aquellos que lo han intentado dentro de las circunstancias del desarrollo nacional saben realmente cuan difícil es hacerlo.

Literatura citada

BIENEN, H. The Party and No Party State: Tanganyika and the Soviet Union.
Transition. 13. 25-32 (1964).

COLEMAN, J. S. The Politics of the Developing Areas (Princeton University
Press. 1960).

DOOB, L. Communication in Africa: A Search for Boundaries (Yale University
Press. 1961).

DUBE, S. C. India's Changing Villages: Human Factors in Community Develop-
ment (London: Routledge and Kegan Paul. 1958).

- DUMAZEDIER, J. Television and Rural Adult Education (Paris: UNESCO. 1956).
- FAGEN, R. R. Relation of Communication Growth to National Political Systems in the Less Developed Countries. Journalism Quarterly. 41. 1. 87-94. (1964).
- FOSTER, G. M. Traditional Cultures: and the Impact of Technological Change (New York: Harper and Row. 1962).
- HOLMBERG, A. R. Changing Community Attitudes and Values in Peru: A Case Study in Guided Change in Social Change in Latin America Today (New York: Vintage Books. 1960).
- LERNER, D. The Passing of Traditional Society (Glencoe, Illinois: The Free Press. 1958).
- MATHUR, J. C., and NEURATH, P. An Indian Experiment in Farm Radio Clubs (Paris: UNESCO. 1959).
- MEAD, M. Cultural Patterns and Technical Change (New York: Mentor. 1955).
- NICOL, J., SHEA, A. A., SIMMINS, G. P. J. and SIM, R. A. Canada's Radio Farm Forums (Paris: UNESCO. 1954).
- NYERERE, J. One Party System. Spearhead 2. 1 (1963).
- RAO, Y. V. L. The Role of Information in Economic and Social Change: Report of a Field Study in Two Indian Villages - 1963 (to be published by University of Minnesota Press. 1965).
- REDFIELD, R. and WARNER, W. L. Cultural Anthropology and Modern Agriculture in U. S. Department of Agriculture. Farmers in a Changing World (Washington, D. C., Government Printing Office. 1940).
- SCHRAMM, W. Mass Media and National Development (Stanford University Press. 1964).





ИКА ЧИ С