

MONUMENTO
A LA
COMUNICACIÓN



TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL PERÚ

Luis Peirano y Hugo Aguirre

Una propuesta de la especialidad de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, PUCP

ANTECEDENTES

La trayectoria de los estudios sobre procesos de comunicación en América Latina muestra, en primer lugar, una confluencia creativa de varios enfoques disciplinarios provenientes de las escuelas de ciencias sociales desarrollados en los Estados Unidos y Europa.

Sin embargo, la característica principal de los estudios y la práctica de la comunicación para el desarrollo está marcada por el esfuerzo de creación de una propuesta propia para responder a las peculiares demandas en esta difícil área de trabajo social.

La propia condición histórica de la región y el hecho de que las teorías y los modelos que se intentaron aplicar acumularon una serie de tropiezos y fracasos, obligaron a hacer pasar los modelos y técnicas propuestos por el tamiz de la adaptación o la reformulación.

La praxis misma de la comunicación para el desarrollo a lo largo de los últimos cincuenta años ha permeado de manera indeleble la dimensión académica de la comunicación impulsando, en los contados casos de Facultades o Escuelas que enseñan esta disciplina, estructuras o mallas curriculares interdisciplinarias en las que se enseña una armónica combinación de teoría y práctica.

La especialidad universitaria de comunicación para el desarrollo en el Perú es relativamente reciente, aunque

sus orígenes pueden rastrearse desde algunas décadas atrás, en la historia del desarrollo de la universidad peruana.

A mediados del siglo pasado existieron intentos por establecer, en la Universidad Agraria, de La Molina, estudios especializados de comunicación en el ámbito agrario, bajo el esquema de difusión de innovaciones. Uno de los pioneros de este esfuerzo fue Luis Ramiro Beltrán, en su compromiso por devolver lo aprendido en los Estados Unidos a su país, Bolivia, y el resto de América latina.

Pero si bien su aporte y el de otros pioneros fue fundamental, la base institucional no respondió de manera adecuada y el intento no prosperó de manera sustantiva.

De alguna manera, son parte de esta etapa pionera en el desarrollo de los estudios de comunicación la Pontificia Universidad Católica del Perú y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. La primera Escuela de Periodismo fue creada en la PUCP el año 1945. La Facultad de Ciencias Sociales, a mediados de 1966. Las escuelas de formación de periodistas eran entonces la única alternativa. Se produce en ese momento un contexto en el que el crecimiento de las audiencias locales y la aparición de medios masivos impresos propician la necesidad de formar cuadros técnicos especializados para la comunicación social.

PECULIARIDADES DEL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL PAÍS

Si bien el paradigma comunicativo anglosajón ha prevalecido en el desarrollo de los estudios de comunicación que tuvieron como punto de partida el periodismo, el hacer comunicacional primigenio en el campo de la comunicación masiva, la herencia cultural española, la presencia todavía significativa de una población de origen y habla quechua, así como la diversidad y pluralidad cultural de población peruana, han demandado la creación de alternativas diferentes para manejar las necesidades de comunicación.

Obviamente, los esfuerzos por generar alternativas educativas locales y regionales no podían hacerse vía una fácil extrapolación de las cátedras de los países del norte en América latina. El nivel de fracaso de las experiencias hechas de acuerdo con esta perspectiva es incuestionable.

El mundo académico latinoamericano ha mostrado también otra marcada controversia al referirse a matrices ideológico-epistémico marxistas, e influencias culturalistas europeas así como sucedió con respecto al pragmatismo funcionalista norteamericano, mostrando la prevalencia de una de ellas o intentado tomar de cada una lo que le resultara más conveniente o aplicable.

El enfoque difusionista ha prevalecido a través de los cursos y campañas de comunicación para el desarrollo impulsados por organismos internacionales y regionales. Ha sobrevivido hasta nuestros días, como eco de una necesidad inevitable de muchos organismos de desarrollo por utilizar modelos que garanticen, al menos en apariencia, ciertos niveles de eficiencia y control. Esta persistencia en el modo de proceder se hace visible en las intervenciones de comunicación para la salud, en la comunicación para la solución de conflictos, en aquella comunicación vinculada al cambio de comportamiento aplicada a ámbitos tan disímiles como el desarrollo agrícola, el cuidado del medio ambiente, la educación, el control poblacional y la lucha antidrogas, entre otros.

Las limitaciones y fracasos de muchos proyectos de comunicación para el desarrollo produjeron la necesidad de buscar la formación de profesionales en el campo del desarrollo social, proponiendo la hibridación de teorías y mecanismos de conocimiento y análisis de la realidad como formas de transformación de la misma.

Dinámicas de apropiación metodológica y de epistemologías ajenas, procesos de adaptación de estas a contextos complejos, multiculturales y marcados por desequilibrios en sus marchas al desarrollo; espacios políticos y económicos inestables ejercieron presión natural en la necesidad de impulsar un esfuerzo más integral e integralista desde la institucionalidad académica para dar respuesta a la necesidad de profesionalizar

comunicadores.

Fue mérito de la Universidad de Lima el arriesgarse a abrir la primera facultad de comunicaciones en términos integrales hace ya más de tres décadas. Tiempo después de su fundación, y ya en la década del 80, esta casa de estudios modificó su plan de estudios, que se desplegó en las especialidades de Publicidad, Periodismo, Medios Audiovisuales y Cine. Solo una década después, esta universidad abrió la especialidad de Comunicación para el Desarrollo con un enfoque integrador, que recuperaba la producción académica latinoamericana y las experiencias, así como preocupaciones por la comunicación popular y alternativa, estudiada y promovida por alguno de sus maestros más destacados, eficientes traductores de las propuestas de los pioneros.

Desde entonces, una veintena de universidades peruanas, entre públicas y privadas, se arriesgaron a crear programas de formación profesional de comunicadores, la gran mayoría de ellas solamente en las líneas clásicas de periodismo y publicidad.

La carrera de comunicación se convirtió en una de las más atractivas para miles de jóvenes peruanos que se volcaron masivamente, en los años 80, a estudiar y luego a copar el creciente mercado laboral de las comunicaciones. Las universidades peruanas crean programas especializados en el área, incluso en ámbitos en los que los sistemas de comunicación eran poco menos que precarios y los mercados laborales bastante limitados, reconociendo una demanda educativa cada vez más orientada al campo laboral vinculado al desarrollo de los medios.

Durante los años 90, se producen cambios dramáticos en la realidad mediática capitalina. Se fundan nuevos medios con las nuevas tecnologías, crece la cobertura de la señal de cable y algunas de las empresas de comunicación -las más grandes- se hacen eco de la tendencia global y se corporativizan.

NUESTRA FACULTAD

El año 1996 se funda la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Convergieron en este acto recursos humanos provenientes de la propia universidad, así como de diversas canteras académicas de formación de comunicadores. En esa convergencia no sólo había variedad de especialistas, sino de enfoques, aunque un solo mandato integralista y propositivo. Inició sus actividades con cinco especialidades, dos de las cuales son las más audaces: Artes Escénicas y Comunicación para el Desarrollo, además de Periodismo, Publicidad y Comunicación Audiovisual.

Desde su fundación ha graduado cuatro promociones

No somos pues el poder, sino un instrumento del poder. No somos ideología; somos los técnicos que operan las herramientas que la vehiculizan. No somos el mensaje; somos los articuladores retóricos que proponen formas de ponerlo en escena.

y tiene matriculados más de 800 estudiantes. Sus especialidades, reflejan la visión que sobre la comunicación en el país sostienen sus gestores: trabajamos sobre la esencia humana que se manifiesta en actos y obras de comunicación vehiculizados por los seres humanos de manera directa o empleando mediaciones técnicas, enfatizando el derecho y la obligación de la comunicación social. Entendemos que la comunicación, al ser el estímulo que activa las relaciones sociales y las acciones y ensoñaciones individuales, debe ser gestionada responsable y racionalmente; y que la incidencia de los comunicadores sobre los mensajes requiere que estas pasen por una formación que los convierta en mujeres y hombres para la vida en sociedad.

Claro está que la propuesta educativa está todavía muy fresca como para ver cuajados sus propósitos. Sin embargo, en la voluntad expresa de generar escuela se pensó en que nuestra concepción de comunicación para el desarrollo responda a las dinámicas y realidades geográficas y culturales locales, sin prejuicio de retomar los mejores aportes de los estudiosos y experto pragmáticos de fuera.

NUESTRA PROPUESTA

El plan de estudios diseñado presenta una estructura flexible y permite que el estudiante forje un perfil profesional que potencie sus habilidades personales y po-

tencial cultural. Es también el resultado de un diseño creado por profesionales cuya experiencia laboral los ha llevado tanto por el camino del diseño como por el de la gestión y ejecución de proyectos de desarrollo en espacios complejos como el latinoamericano.

Nuestro plan de estudios describe los objetivos de la especialidad de comunicación para el desarrollo de la siguiente manera:

- Promueve el análisis y la gestión de estrategias de comunicación con la finalidad de generar o mejorar procesos de comunicación interpersonales, grupales y masivos que apunten al desarrollo social.
- Prepara al estudiante para la investigación, diseño y gestión e implementación de estrategias, acciones y mensajes en proyectos de comunicación y organizaciones, enfatizando en temas de actualidad para el mejoramiento de la calidad de vida tales como la salud, educación, ciudadanía y derechos humanos, género, desarrollo institucional, productividad y medio ambiente.

En el comunicador para el desarrollo, confluye el saber desarrollado a partir de los estudios de comunicación que desde hace casi ocho décadas se producen en la esfera académica norteamericana, europea y latinoamericana.

Este saber resultó del análisis de la sociedad industrial y las relaciones establecidas entre las industrias culturales y la sociedad de masas, entre el significado de las interacciones simbólicas propiciadas por las personas en sus comunidades y las mutaciones culturales resultado de estos contactos. De esos actos y obras de comunicación y de enfoques empírico-funcionalistas, marxistas, estructuralistas, culturalistas y mediacionistas que los han mirado a lo largo de la historia se ha hecho el saber y el hacer comunicacional.

Se aspira a formar un comunicador para el desarrollo que haga un esfuerzo permanente por racionalizar y tomar distancia del purismo ortodoxo de la tradición de las ciencias de la educación, con respecto a la comunicación mediática, y de un discurso estigmatizador de los criterios sociales con respecto a la comunicación mercantil.

Esto permite formar un profesional capaz de asumir el medio y el mensaje libre de prejuicios; aprovechando al máximo el potencial de la experiencia comunicacional propia de campos que no necesariamente se interesan por o se detienen ante objetivos de desarrollo social.

Los fenómenos de la realidad que miramos son la comunicación entre las personas enmarcadas en culturas locales, regionales y globales, lo que hacen las gentes con los mensajes que emanan de las tecnologías de la comunicación en sus diversos niveles: interpersonal, grupal o masivo.

Observamos e intervenimos en la configuración y el discurso de la opinión pública. Interpretamos y clasificamos a los ciudadanos consumidores en las negociaciones en el mercado de bienes simbólicos que lo acercan, ya educado, al mundo del consumo. También estudiamos y diseñamos cómo persuadir a los ciudadanos para

que adquieran productos, ideas, comportamientos. No somos, pues, el poder, sino un instrumento del poder. No somos ideología; somos los técnicos que operan las herramientas que la vehiculizan. No somos el mensaje; somos los articuladores retóricos que proponen formas de ponerlo en escena.

“... El comunicador para el desarrollo conoce de teoría, tecnologías y prácticas comunicativas y emplea ese saber para generar estrategias planificadas de comunicación orientadas a influir en el comportamiento de los ciudadanos para promover en ellos su desarrollo humano y social.”

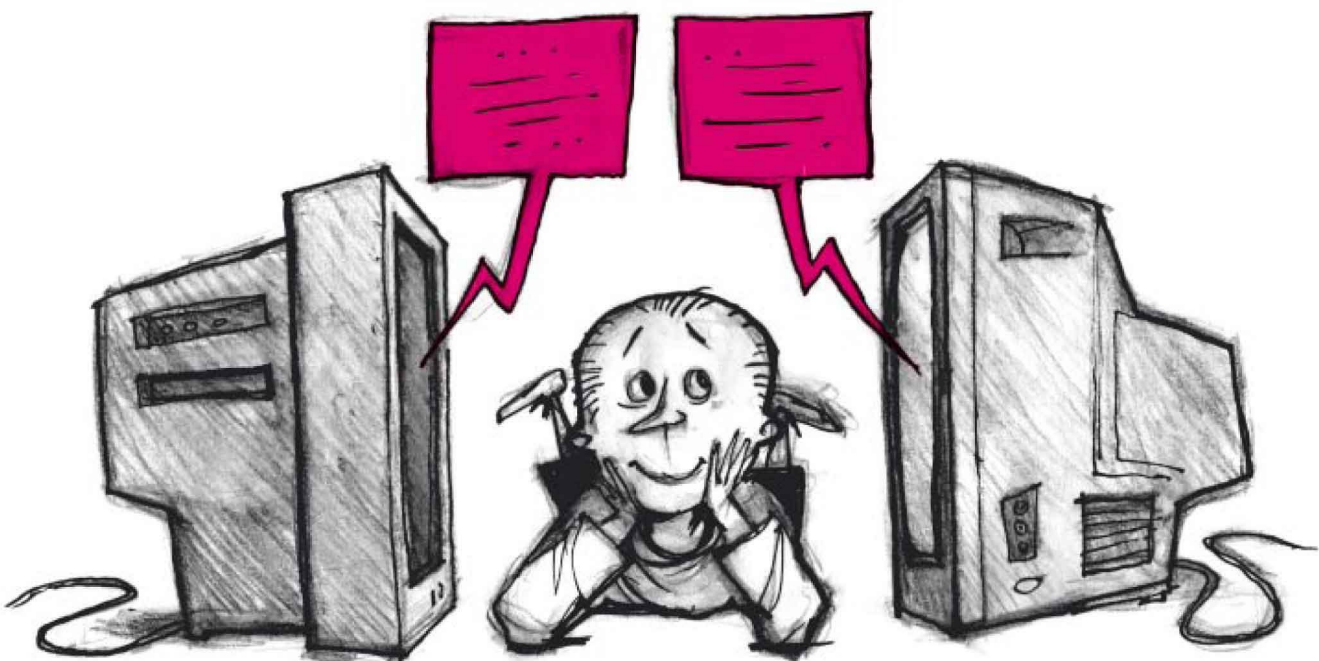
Es imposible que un comunicador social trabaje solo. El desarrollo es un proceso colectivo que favorece lo individual, es una dinámica intersectorial e integral que convoca acciones unánimes y coordinaciones interdisciplinarias, interculturales, e intersubjetivas, entre otras.

EL PERFIL DEL COMUNICADOR PARA EL DESARROLLO

Aspiramos a formar profesionales capacitados para aplicar los conceptos y técnicas de la comunicación con la finalidad de promover la participación activa de los ciudadanos en los procesos de desarrollo de la sociedad.

El resultado debe ser un experto en el diagnóstico de los problemas de comunicación, planificación de soluciones y en el monitoreo y la evaluación de resultados. Debe destacar también, por su capacidad de trabajo interdisciplinario, con una concepción integral del desarrollo y un buen manejo metodológico.

A esto debería sumarse una particular sensibilidad por



La comunicación para el desarrollo de hoy no ha podido sustraerse ni desprenderse de las influencias externas. Usualmente asociado a hiperactividad comunicativa y a obvias saturaciones, el difusionismo sigue marcando con fuego las intervenciones educativo-comunicacionales de hoy.

la problemática local, nacional y mundial. A su capacidad para ponerse en el lugar del otro, para trabajar en equipo y para liderar, mediar y concertar intereses, además de iniciativa y creatividad, deben sumarse aptitudes fundamentales como propiciador de procesos de comunicación para el cambio social. Ha de interesarse en promover prácticas democráticas en las organizaciones y en las relaciones entre los distintos actores del desarrollo.

El perfil del comunicador para el desarrollo debe ser el de una persona con cualidades notables. No un superhéroe que posea poderes de clarividente pero sí de un carisma espectacular, y una imprescindible voluntad de trabajo en equipo.

No puede ser un comunicador para el desarrollo quien tiene vocación por el monólogo, quien no es capaz de integrarse a equipos de trabajo con miembros que provienen de las ciencias naturales y sociales. No se aceptan personalidades intolerantes como tampoco sordomudos virtuales.

Convocamos a comunicadores para “hacer” una forma de comunicación distinta que no trate de dar cuenta de noticias o creaciones por medio del uso de medios, sino que apunte a mejorar la capacidad comunicativa de las comunidades, a transformar personas y, con ellas, a sus realidades. No se trata de informar, sino de formar; nuestra apuesta es por propuestas que se mantengan en

el tiempo y el espacio y que tengan consecuencia en la promoción cultural, económica y política para el desarrollo.

Trabajamos necesariamente con equipos interdisciplinarios que cruzan las otras especialidades del campo comunicacional, y buscamos hacer propuestas transdisciplinarias, sobre temas de infancia, agricultura, salud, educación, lucha contra las drogas, y minería, entre otros.

La génesis y evolución del concepto de la comunicación para el desarrollo nos demanda recurrir a enfoques metodológicos y estratégicos diversos, a una racional heterodoxia metodológica; con fuentes de financiamiento variadas y con sistemas de evaluación y medición de impactos también distintos.

EN RESUMEN: PARA HACER LO PROPUESTO

Pretendemos rescatar elementos para nuestro trabajo de los siguientes enfoques, dejando luego en libertad a los egresados de optar por las diferentes variables que emplean las instituciones para el desarrollo.

- **Enfoque difusionista:** acorde con las teorías empírico-funcionalistas que proponían modelos de comunicación verticalistas. Son los tiempos del paquete mediático clásico: volantes, afiches y spot de radio.

- **Enfoque de comunicación social:** supera cualitativamente al anterior al plantear que los ciudadanos son actores sociales que interactúan con medios y entornos culturales que condicionan y median en el proceso de la comunicación. Corresponde a los tiempos en los que se impone, por ejemplo, la televisión educativa.

- **Enfoque de cambio de comportamientos:** vemos la comunicación como una herramienta estratégica que tiene la capacidad de proponer comportamientos ideales que pueden ser adoptados por quienes juzgan como positivos los beneficios de la nueva conducta propuesta. Es la época del cruce con lo publicitario y el mercadeo social, de la revisión de los géneros y del uso de la telenovela como mecanismo narrativo para entrar en la vida de la gente con el melodrama de la mano.

- **Enfoque de comunicación participativa:** acorde con las tendencias actuales sobre el desarrollo humano y social. Supone que el ser humano es el protagonista de su desarrollo, generador de su libertad y promotor de su propio bienestar. Tiempos de recuperación de las estrategias de comunicación grupal e interpersonal. De comunicación educativa.

- **Enfoque de comunicación relacional:** considera que la comunicación es articuladora de las diversas dimensiones de lo social y que los ciudadanos, como actores sociales, protagonizan ellos mismos los procesos con los que negocian. Comunicativamente hablando, claro está. Esto supone que no hay unidimensionalidad ni unilateralidad en la comunicación contemporánea. Era de multimedios, de fusiones, de NTIC.

La experiencia nos dice que existe una diferencia entre la formación académica y su proyección en el mundo laboral. Los campos de aplicación de los principios de la comunicación para el desarrollo se han ampliado sustantivamente y cada uno de ellos presenta problemas que es necesario enfrentar con valentía para no repetir errores.

Esto supone una permanente adecuación de los programas de estudio a las realidades que se enfrenta cada vez y redefinir nuevos enfoques metodológicos que guíen las intervenciones de comunicación con las otras dimensiones del trabajo para el desarrollo.

TEMAS DE REFLEXIÓN Y DEBATE

- La comunicación para el desarrollo de hoy no ha podido sustraerse ni desprenderse de las influencias externas. Usualmente asociado a hiperactividad comunicativa y a obvias saturaciones, el difusionismo sigue marcando con fuego las intervenciones educativo-comunicacionales de hoy. Aunque el debate académico intente evidenciar deslindes, no hay forma de desprenderse del difusionismo. No se trata, entonces, de dejarlo de lado, sino,

de aprovecharlo conscientemente. Es una de las naturales herencias del empírico funcionalismo auroral.

- Los enfoques de interculturalidad y de género son sumamente complejos de lograr, de materializar en los diseños y en las acciones de los planes de comunicación que llevan adelante los comunicadores para el desarrollo y los equipos interdisciplinarios que estos integran. Estos enfoques casi siempre se quedan en retóricas declarativas y no se traducen en realidades materiales. Muy pocas veces hemos encontrado evidencias de la simbiosis que lo intercultural postula. Más bien hemos encontrado asistencialismo camuflado de concesiones, cortesía y distancia donde debió haber comunión o donde se propuso integración.

- Hemos constatado la existencia de una brecha insalvable, una especie de agujero negro que la racionalidad de los diagnósticos comunicacionales no han permitido solucionar en sentido estricto. La conexión creativa entre las investigaciones llamadas diagnósticos y/o líneas basales y las estrategias comunicativas que responden a ellas. Esta es la parte subjetiva que responde al componente científico del proceso de planificación estratégica de la comunicación. Es el momento creativo que amarra los posibles impactos a las acciones y materiales de comunicación. Además, está, como siempre, la dictadura del tiempo, y la contingencia que caracteriza lo social-cultural.

- Llamar la atención sobre espacios de tensión muy claros en el campo de acción de la comunicación para el desarrollo. Ya mencionamos uno, el de la tensión entre los Diagnósticos y la Estrategias.

- También está el de las tensiones entre productos o materiales de comunicación y las culturas.

- La tensión entre Evaluaciones y Testeos con los Técnicos y las Audiencias.

- También está el tema de la Otredad. La cuestión del otro. Comunicar es poner en común, es tomar en cuenta al otro y su espacio, su tiempo, su cultura, su hábitat. Las más de las veces, ese Otro con el que interactuamos, nos considera intrusos necesarios y utilizables. El viejo tema: “de invasores a invadidos”.

- Hay otro ámbito de igual nivel de complejidad y que se refiere a los condicionamientos financieros y temporales y de demostración de eficiencia que muchas veces aceleran y traumatizan los procesos de desarrollo, pues imponen arritmia a la natural dinámica del desarrollo.

Frente a toda esta natural complejidad del desarrollo y la comunicación puesta a su servicio, fácilmente podemos ceder a la tentación de admitir la inviabilidad de estos procesos en países como el nuestro.

En el caso de la Especialidad de Comunicación para el Desarrollo de la Facultad de Ciencias y Artes de la PUCP, creemos en la viabilidad del desarrollo en nuestra región y tenemos fe en que hemos compartido esto con nuestros egresados y alumnos. La propuesta pedagógica está pasando ahora por un ajuste resultado del contacto entre las sensibilidades docentes y estudiantiles a las que se suman las de nuestros egresados y empleadores.

Estamos creciendo y cambiando, nos ajustamos permanentemente a escenarios en los que el cambio es un suceso constante, en los que la fusión metodológica va de la mano de una vivencia colectiva de lo global como un fenómeno que empuja mutaciones sociales, culturales y económicas. Ante este acelerado momento histórico, nuestros comunicadores para el desarrollo, creemos, responden con sapiencia y mesura.

Luis Peirano es Decano de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú (peirano@pucp.edu.pe). **Hugo Aguirre** es coordinador de la especialidad de Comunicación para el Desarrollo de la mencionada casa de estudios (haguirre@pucp.edu.pe).