

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 51 - JULIO 1995

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Luis Castro

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Fausto Segovia,

Ministro de Educación.

Byron Morejón,

Min. Relaciones Exteriores.

Luis Castro, UNP.

Mario Chávez, UNESCO.

Raúl Izurieta, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S.

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Jaime Zapata

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPL ED.

Fax (593-2) 502-487

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

París, diciembre 28, 1895, Grand Café, boulevard des Capucines. Obreros que salen de sus fábricas, un tren en la estación, una partida de naipes y demás cotidianidades finiseculares son recreadas en la moderna caverna de Platón. Los hermanos Lumière, Louis Jean y Auguste Marie, estrenan el cinematógrafo, esa otra forma de soñar. Cien años después, este "sueño", que nos abstrae de una realidad para ubicarnos en otra, recreándonos, ¿ha entrado en crisis? En **Cine: los primeros 100 años** presentamos una serie de propuestas y reflexiones de lo que ha significado y ha sido este arte, y de las competencias que le han surgido y que nos plantean varias incógnitas y preocupaciones sobre el cine y ¿sus próximos cien años?

A inicios de los 40, el Dr. Henry Sigerist (E.U.) estableció que la salud, más que de la medicina, depende de la promoción y de la prevención; según esto, la población ya no deviene en "paciente", es una entidad activa y un factor fundamental para mejorar su calidad de vida. Concepto revolucionario el de Promoción de la salud, al que en las siguientes décadas se sumaron los de Movilización social y Comunicación para la salud; este como un componente imprescindible en la generación de conocimientos, actitudes y prácticas adecuadas. Al respecto, la capacitación de profesionales para formar estrategias, ha sido una necesidad impostergable en América Latina. Con este criterio, entre marzo y abril de 1995, CIESPAL realizó un curso pionero en la región. Algunos de los documentos presentados por expertos ofrecemos en **Comunicación y salud**.

Para Bienamino Plácido, periodista italiano, "el deporte no nació por ser un espejo de la sociedad; nació para compensar, para contrarrestar ciertos defectos de la sociedad civil". Función y rol constructivos del deporte en un contexto social bastante defectuoso. Si esta es la trascendencia del deporte, ¿cuál la de su necesario complemento, el periodismo deportivo? Obviamente que mucha, no solo importancia, también responsabilidad. Pero, la historia de este siglo del deporte, donde lo de "aldea global" es una realidad extremadamente compleja, demuestra que los medios, sobre todo la TV, están minando ese espíritu altruista y determinando la evolución del deporte: modificando normas, estableciendo ritmos, gobernando multitudes, mercantilizándolo. El **Periodismo deportivo**, otro módulo temático, es una actividad que cada día adquiere más espacio en los medios y, por tanto, debe ser asumido con mayor responsabilidad.

"Del shock al show" define Osvaldo Soriano a cómo la TV argentina ha frivolizado el inédito "reconocimiento" de culpa, por parte de los militares argentinos en relación a sus crímenes en la última dictadura; y cómo fueron las declaraciones de Scilingo al periodista Horacio Verbitsky que dieron lugar a ese "reconocimiento"; es el contenido de **Para el debate**. También presentamos, desde la perspectiva de las ONG's, el *networking* y los gremios; algunas propuestas latinoamericanas sobre comunicación y mujer que deben ser consideradas en Beijing, el próximo septiembre. En **Recepción televisiva** ofrecemos dos estudios recientes: ¿cuáles son las motivaciones infantiles ante la TV? y ¿cómo el visionado femenino de telenovelas sirve para articular las culturas híbridas en Brasil?

Al iniciar los próximos 50 números de *Chasqui*, queremos reiterar nuestro propósito de abrir puertas a los colegas que quieran aprovechar este espacio plural, amplio y propicio para el debate y la socialización de pensamientos y sentires en torno a la comunicación. La invitación está hecha y en sus manos el concretarla.



CINE: LOS PRIMEROS 100 AÑOS

Presentamos una serie de propuestas y reflexiones de lo que ha significado y ha sido este arte, y de las competencias que le han surgido y que nos plantean varias incógnitas y preocupaciones sobre el cine y ¿sus próximos cien años?

- 4 Que cien años no es nada
Jorge Enrique Adoum
- 7 El cine o la teoría del presentimiento
Santiago Rivadeneira
- 11 Del misionero antropólogo al shamán electrónico
Iván F. Rodrigo M.
- 15 Ilusión y embaucamiento
Jorge Luis Gómez
- 16 Cine latinoamericano contemporáneo
Fernán Rodríguez C.
- 19 La idiosincrasia electrónica
Augusto Góngora

- 20 La incomunicación latinoamericana
Juan Fernández Romar
- 23 La realización cinematográfica
Diego Tapia Figueroa
- 26 Génesis de un guión
Alberto M. Perona

COMUNICACION Y SALUD

Al respecto, la capacitación de profesionales para formar estrategias ha sido una necesidad impostergable en América Latina. Con este criterio, entre marzo y abril de 1995, CIESPAL realizó un curso pionero en la región. Algunos de los documentos presentados por expertos ofrecemos en este módulo.

- 30 Salud y enfermedad en América Latina
Miguel Malo
- 33 Salud pública y comunicación social
Luis Ramiro Beltrán
- 38 Comunicación y movilización social
Gloria Dávila de Vela
- 41 Capacitación en comunicación y movilización
Ana López A.
- 44 Medios, "salud mental" y "locura"
Enrique Guinsberg



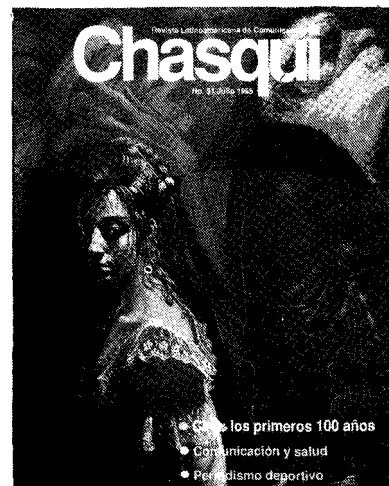
NUESTRA PORTADA

Shuya. Oleo sobre tela de Jaime Zapata, 1.97 x 1.40.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta a nivel nacional e internacional.

Diseño: Arturo Castañeda

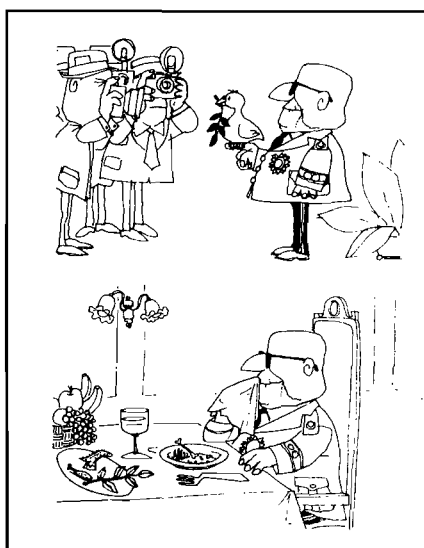
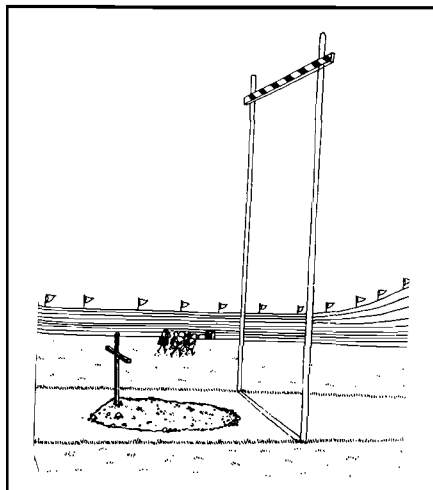
Fotografía: Kira Tolkmint



PERIODISMO DEPORTIVO

Tiene mucha importancia y responsabilidad. Pero la historia de este siglo del deporte, donde lo de "aldea global" es una realidad extremadamente compleja, demuestra que los medios, sobre todo la TV, están minando el espíritu altruista del deporte.

- 48 El balón puede esperar
Carlos Iván Yáñez
- 52 Del espectáculo al negocio
Ezequiel Fernández
- 56 ¿Comunicación deficiente deporte deficiente?
Luis Castro
- 58 Uruguay '95, el fútbol en el "dios mercado"
Kintto Lucas
- 60 En el siglo del deporte
Alfonso Laso Bermeo
- 62 Los medios deportivos en Europa
Daniel E. Jones



PARA EL DEBATE

- 66 Verbitsky: el ajustador de cuentas
Juan Carlos Calderón
- 68 El horror trivializado
Raúl Zibechi
- 71 Afinar voces y afilar tijeras
Alexandra Ayala M.
- 74 Mujeres en la superautopista
Sally Burch
- 78 Mujeres periodistas
Katía Gil

RECEPCION TELEVISIVA

- 81 Motivaciones infantiles ante la TV
Valerio Fuenzalida
- 86 Telenovelas y culturas híbridas en Brasil
Thomas Tutte

- 91 IDIOMA Y PERIODISMO
Los extranjerismos
Lucía Lemos

- 92 ACTIVIDADES DE CIESPAL
Holanda: una cooperación con frutos
Francisco Ordóñez

- 94 Radiopasionados y televisionarios
Ma. del Carmen Cevallos

- 95 AVISOS

- 98 RESEÑAS

FOTO DE PORTADA INTERIOR

OSCAR BONILLA, URUGUAY

NUEVO EDITOR DE CHASQUI

Fernando Checa Montúfar (1956) es ecuatoriano, licenciado en Comunicación Social, por la Universidad Central del Ecuador, especializado en investigación y planificación de la comunicación.

Ha sido periodista en radio, televisión y prensa; colaborador de *Chasqui* en las últimas ediciones. Ha publicado *Medios y sectores populares* (Materiales de trabajo, número 10, CIESPAL, 1991).

Se ha desempeñado como profesor universitario, colaborador de organismos nacionales e internacionales en proyectos de comunicación, conferencista e instructor en cursos y talleres sobre periodismo y comunicación, en Ecuador y otros países de América Latina. Entre 1993 y 1994 integró la misión pacificadora *Operación de Naciones Unidas para Mozambique* (ONUMAZ). En CIESPAL ha sido investigador y asistente de la Dirección Técnica.

Salud pública y comunicación social

Los profesionales del sector de la salud no han recibido formación para la gigantesca tarea de movilización hacia la participación democrática en la lucha por el desarrollo. Por ello, deben asociar sus capacidades y esfuerzos a los de especialistas en comunicación, educación e información. Y estos tendrán que empeñarse a fondo y sin demora en familiarizarse con la naturaleza del sector para poder servirlo bien. Es una altanza lógica y loable.

Numerosos estudios demostraron, a fines de los 50, que existe una correlación estrecha entre la comunicación social y el desarrollo nacional, entendido como la transición de la sociedad tradicional a la moderna, sobre las bases del crecimiento económico y el avance material de un país.

A partir de esa comprobación, se planteó la idea de que el papel de la comunicación, como agente propiciador de desarrollo, podía ser robustecido para ayudar a los países rezagados a alcanzar el pleno desarrollo. De ahí nació la teorización sobre el fenómeno de la "comunicación para el desarrollo", como proceso de intervención para el cambio social y como una nueva especialidad en el campo de la comunicación social, entendida como actividad profesional.

Origen de la comunicación para el desarrollo

Como proceso social y disciplina profesional se originó en los Estados Unidos, al término de la Segunda Guerra Mundial, y comenzó a practicarse en Latinoamérica a partir del último tercio de la década de 1940. La contienda mundial obligó a aquel país a desarrollar técnicas de comunicación, tanto para contrarres-

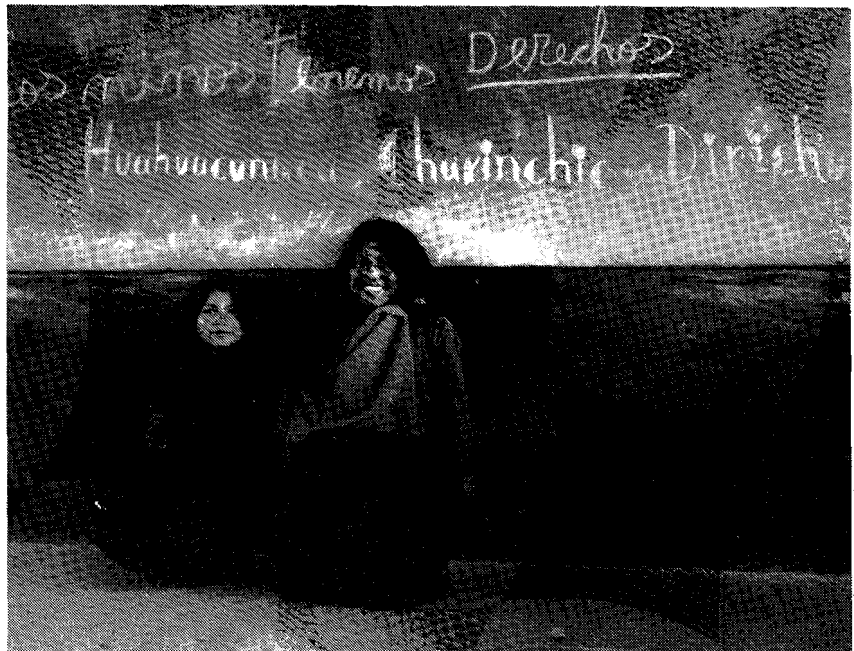
tar la propaganda enemiga como para capacitar a reemplazantes de los soldados en el desempeño de puestos de agricultura, industria y servicios civiles.

Luego, ese aprendizaje fue transferido a otras partes del mundo. En América Latina, Estados Unidos instituyó servicios cooperativos con varios gobiernos para programas de desarrollo en agricultura, salud y educación; estos crearon los primeros órganos de comunicación

para educación no formal y técnica en la región, o sea, las primeras unidades de comunicación para el desarrollo.

Más tarde se establecieron centros de producción audiovisual y programas de capacitación para comunicadores al servicio del desarrollo, además de ofrecer becas de perfeccionamiento en su propio terreno.

Así, surgieron paralelamente tres subdisciplinas: Información de extensión



Edgar Naranjo, Ecuador

LUIS RAMIRO BELTRAN, boliviano. Doctor en Comunicación. Consejero Regional para América Latina de la Universidad Johns Hopkins.

agrícola, Educación audiovisual y Educación sanitaria.

Sustentados por USAID, UNESCO, FAO y UNICEF; programas de las dos primeras se difundieron crecientemente en los años 50, alcanzaron su auge en los 60, fueron declinando en los 70, hasta desaparecer casi del todo en los 80.

Comunicación para la salud

La Educación sanitaria, por lo menos en Latinoamérica, no alcanzó avances significativos, pero logró en unos cuantos países, establecerse como una especialización de la carrera de pedagogía e institucionalizarse en algunos de los ministerios de salud. Sin embargo, a pesar de ser apuntalada por la OMS, esta subdisciplina pareció irse debilitando, desde los 70, debido en parte a su confinamiento a ambientes intramurales.

A principios de los 80, la Educación sanitaria comenzó a ser superada por una nueva subdisciplina similar que cobró importancia en la presente década. Ella es la Comunicación para la salud que muestra por lo menos tres ventajas principales sobre su predecesora:

- El mayor y mejor empleo de medios masivos, sin desmedro de los interpersonales;

- La tendencia a someter la producción de mensajes a un régimen de continua y rigurosa programación que va desde la investigación del público hasta la evaluación de los efectos de los mensajes en la conducta de este; y,
- La facilidad de acceder a formatos participatorios derivados de la praxis ganada por décadas, en Latinoamérica, en cuanto a comunicación dialógica y democratizante.

Mecanismo de intervención

En un sentido general, la comunicación para la salud consiste en la aplicación planificada y sistemática de medios de comunicación al logro de comportamientos activos de la comunidad, compatibles con las aspiraciones expresadas en políticas, estrategias y planes de salud pública.

Vista como proceso social, es un mecanismo de intervención para generar, a escala multitudinaria, influencia social que proporcione conocimientos, forje actitudes y provoque prácticas favorables al cuidado de la salud pública.

Como ejercicio profesional, la comunicación para la salud es el empleo sistemático de medios de comunicación

individuales, de grupo, masivos y mixtos, así como tradicionales y modernos, como herramientas de apoyo al logro de comportamientos colectivos funcionales al cumplimiento de los objetivos de los programas de salud pública.

Esos objetivos para la acción son enunciados en instrumentos básicos de programación institucional. Ellos son: las políticas, las estrategias y los planes que buscan normar el desempeño de los organismos públicos y privados y, por su intermedio, lograr que la población adopte conductas propicias al cuidado eficaz de su salud.

Es evidente, por tanto, que para poder servir instrumentalmente a esos objetivos de salud, el comunicador tiene que familiarizarse con las políticas, las estrategias y los planes de salud pública a que se suscribe la entidad en la que él trabaja.

Políticas de salud

Una política nacional de salud es un conjunto de principios, normas y aspiraciones institucionales sobre el comportamiento de la población, en materia del cuidado de la salud pública.

Las políticas nacionales (en el sentido de ser generales o globales) de salud solo existen en América Latina a partir de los 70. En la mayoría de los casos, ellas han sido enunciadas por acuerdos internacionales multigubernamentales y transferidas para su aplicación, a veces con adaptaciones, a la esfera de acción en cada país signatario de esos entendimientos.

Las principales políticas de salud actualmente vigentes para América Latina, y sus planteamientos esenciales, son:

- Declaración de Alma-Ata, patrocinada por OMS y UNICEF, 1978. Universalización de la salud como un derecho fundamental.
- Carta de Ottawa, 1986. Promoción habilitadora de la comunidad para la conducción de programas de salud.
- Declaración y Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Infancia, New York, auspiciada por UNICEF, 1990. Priorización máxima de la salud de la infancia.
- Declaración de la Conferencia Internacional de Promoción de la Salud, Bogotá, patrocinada por OPS, 1993. Eliminación de la inequidad determi-

Tres conceptos de Comunicación para el Desarrollo en A.L.

COMUNICACION DE DESARROLLO es el uso de los medios masivos para crear en el público una atmósfera favorable al cambio de comportamiento, que se considera indispensable para que las sociedades tradicionales y atrasadas se conviertan en modernas y adelantadas, por medio de la innovación tecnológica y del crecimiento económico.

COMUNICACION EN APOYO AL DESARROLLO es el empleo planificado y organizado de medios masivos, interpersonales y mixtos como instrumentos claves para el logro de las metas de programas y proyectos institucionales en favor del desarrollo nacional.

COMUNICACION ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DEMOCRATICO es la expansión del acceso del pueblo al proceso de comunicación y su participación equitativa en este, no solo como receptor de mensajes, sino también como emisor de ellos por medios masivos y de grupo, y con el fin de lograr, además de la prosperidad material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

La afinidad y la concordancia que hay entre las primeras y la segunda de estas definiciones han hecho que a menudo se involucre a ambas bajo el solo rótulo genérico de "comunicación para el desarrollo". De esta manera, la tercera definición quedaría en un rubro aparte que podría entenderse como "comunicación para el desarrollo democrático".

nante de la mala salud de las mayorías.

La promoción: una innovación revolucionaria

La posibilidad de aplicar estas políticas depende, en grado significativo, de la capacidad de los países en materia de comunicación para la salud. Esto es particularmente cierto en el caso de la política de promoción porque ella plantea un complejo cuadro de profundos cambios de comportamiento, tanto del público al que deben llegar los servicios, cuanto de los propios proveedores de estos.

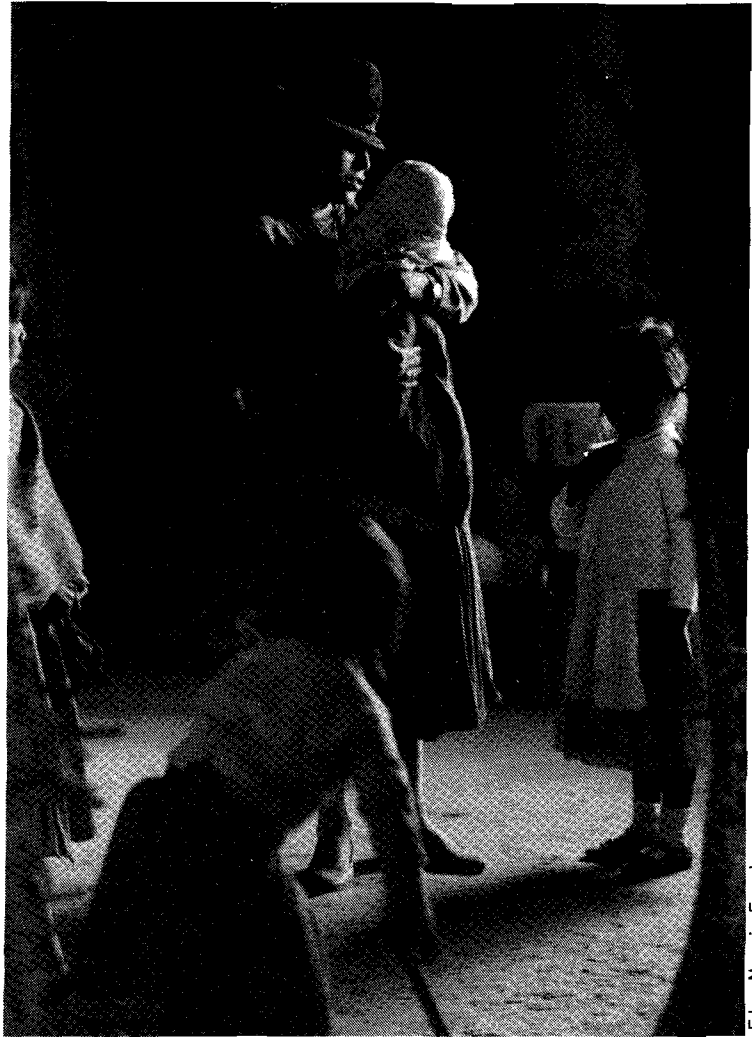
Las raíces de la actual política de promoción de la salud se remontan a la primera mitad de la década de 1940. En Estados Unidos, el doctor Henry Sigerist planteó la precursora idea de que, más que depender de la medicina, la salud del pueblo está cifrada en: condiciones decorosas de vida y de trabajo, educación libre y medios adecuados de reposo y recreación.

A la tarea de lograr el acceso de toda la gente a estos tres beneficios básicos, Sigerist llamó "promoción de la salud" y la consideró la misión primordial de la medicina. Por tanto, reconoció a la política de prevención (que implica la educación de la gente para que cuide su salud) el segundo lugar de importancia y situó a la política de curación en el último lugar pues, en su criterio, solo debía aplicarse en el caso de fallar la política de prevención.

Esta filosofía proponía lo contrario de lo que hasta entonces se entendía por salud: la ausencia de enfermedad (la cual era percibida como un problema de orígenes puramente físico-biológicos) y la responsabilidad era solo de los profesionales en medicina y sus auxiliares técnicos, en relación únicamente individual con los enfermos, a quienes se llamaría "pacientes" y de quienes los médicos esperaban solo pasiva obediencia.

Ya en 1947, la OMS pareció recoger el espíritu innovador, arriba anotado, al formular esta definición: "La salud es un bienestar físico, mental y social y no simplemente la ausencia de dolencias o enfermedades".

Pero con pocas y modestas excepciones, hasta la fecha esa tendencia parece más tolerada que propiciada.



Edgar Naranjo, Ecuador

La salud es un bienestar físico, mental y social...

Anclada en el hábito de muchos años y en la conveniencia mercantil, la política curativa sigue prevaleciendo. La formación profesional médica, la orientación de los funcionarios del sector salud, la asignación de recursos y los programas de servicio siguen obedeciendo a esa mentalidad tradicional. Y ello se refleja en los gastos. En Estados Unidos, por ejemplo, del gasto anual de 300 mil millones de dólares se aplicaba a lo curativo el 98%, hasta hace diez años.

Concepciones innovadoras

Fue en la propia Norteamérica, sin embargo, donde surgieron planteamientos en favor de la prevención que contribuirían y forjarían la política de promoción como se la conoce hoy.

En 1974, se publicó en Canadá el *Informe Lalonde* que trazó una nueva perspectiva sobre la salud pública en

ese país. Abandonando la noción de la medicina como única fuente de protección de la salud, el estudio propuso en su reemplazo al concepto más amplio de "campo de salud" integrado por la biología humana, el medio ambiente, el estilo de vida y la atención médica. Recomendó la promoción de la salud, especialmente por medio de la educación y la recreación.

En 1979, se publicó en Estados Unidos el informe del Director General de Salud sobre la promoción de la salud y la prevención de la enfermedad. Este documento trasuntó la desusada posición que adoptara, a partir de entonces, el gobierno de ese país en favor de la promoción de la salud, definida principalmente en términos de cambios en los estilos de vida, prevención de enfermedades y protección contra amenazas del medio ambiente.

POLITICA - ESTRATEGIA - PLAN

La planificación es la aplicación de una teoría a la realidad con el fin de decidir qué hacer, cuándo y cómo. Tiene tres instrumentos primordiales: las políticas, las estrategias y los planes. Estas son herramientas para trazar comportamientos conducentes al logro de determinados propósitos. Es decir, son artefactos normativos para forjar convicciones y moldear conductas. Existe una categoría híbrida: el plan estratégico, instrumento que, sin provenir de una política, combina la estrategia con el plan.

POLITICA	ESTRATEGIA	PLAN
<p>Es un conjunto de principios, normas y aspiraciones.</p> <p>Es un mandato.</p> <p>Es raigal.</p> <p>Es doctrinaria: traza objetivos generales, amplios y de largo aliento.</p> <p>Tiende a ser más profunda que amplia, se expresa en enunciados cortos.</p> <p>Se enuncia por medio de un discurso, una declaración, un acuerdo o una ley.</p>	<p>Es un conjunto de provisiones sobre fines y procedimientos.</p> <p>Es un diseño.</p> <p>Es troncal.</p> <p>Es metodológica: plantea procedimientos específicos.</p> <p>Tiende a ser más amplia que profunda, se expresa en enunciados de mediana longitud.</p> <p>Se enuncia por manifestación introductoria al plan o mediante un decreto o resolución institucional.</p>	<p>Es un conjunto de prescripciones para regir operaciones.</p> <p>Es un aparato.</p> <p>Es ramal.</p> <p>Es ejecutivo: estipula en detalle metas y métodos.</p> <p>Tiende a ser tan profundo como amplio, se expresa en enunciados extensos.</p> <p>Se enuncia como documento técnico, administrativo y financiero.</p>

Pocos años después, este tipo de planteamientos serían albergados también por organismos internacionales. En 1986, se firmó la *Carta de Otawa*, mediante la cual se adoptó la política de promoción de la salud que fue descrita en ese año por el Ministro de Salud y Bienestar del Canadá, Jake Epp, en estos términos: "La promoción de la salud implica un compromiso para lidiar con los retos de reducir inequidades, ampliar el alcance de la prevención y ayudar a la gente a enfrentarse a sus circunstancias".

El Director General de la OMS, el Dr. H. Nakajima, corroborando el espíritu de la declaración de Otawa, sostuvo públicamente, en 1988, la convicción de que "... la salud es el producto de la acción social y no un mero resultado de la atención médica..."

Por eso, la política de promoción de la salud demanda el apoyo de la comunicación social para ser aplicada. Y es que, sin recurrir a la comunicación, no pueden lograrse esos cambios.

En 1991, la OPS estableció un programa regional de promoción de la salud

La comunicación para la salud consiste en la aplicación planificada y sistemática de medios de comunicación al logro de comportamientos activos de la comunidad, compatibles con las aspiraciones expresadas en políticas, estrategias y planes de salud pública.

para fomentar estilos de vida saludables, estimulando la participación social en el manejo de los programas de salud pública y dando énfasis en estos a la orientación preventiva. Consciente de la importancia instrumental de la comunicación para alcanzar tal propósito, la OPS se propuso también ayudar a fortalecer la capacidad comunicativa de aquellos programas.

Prioridades programáticas

Para intensificar la aplicación de la política de promoción, la OPS formuló un Plan de Acción para 1992 - 1995 que dio primera prioridad a la farmacodependencia, la salud de los ancianos y la salud mental. Prioridad menor fue asignada a las enfermedades crónicas no transmisibles (las cardiovasculares y las cancerosas), el tabaquismo, las muertes por accidentes y la ceguera.

En 1990, el UNICEF patrocinó un encuentro de líderes (152 entre presidentes, reyes, primeros ministros y altos delegados) que representaban el 90% de la población mundial. La llamada Cumbre Mundial por la Infancia produjo

una declaración, e instrumental a ella, un Plan de Acción para el último decenio del presente siglo. Entre las metas que marca ese plan, para ser alcanzadas hasta el año 2000, sobresalen estas:

- Reducir, en comparación a 1990, la tasa de mortalidad de niños, menores de un año, en una tercera parte o a un nivel de 70 por mil nacidos vivos, si esto representa una mayor reducción.
- Reducir la tasa de mortalidad materna en un 50%, respecto del nivel de 1990.
- Reducir la tasa de malnutrición grave y moderada entre los niños menores de 5 años en 50%, respecto del nivel de 1990.

- Dar acceso a todos al agua apta para el consumo y a los servicios de eliminación de excrementos.

Luego, en marzo de 1993, en Bogotá, UNICEF precisó 12 metas para América Latina. Además, subrayó -para la meta de planificación familiar- las siguientes acciones en comunicación: 1. Asegurar información y educación para la población a fin de que conozca lo que es la salud reproductiva; 2. Intensificar tales acciones en estos grupos prioritarios: varones, adolescentes, parejas jóvenes, gente de áreas rurales dispersas, gente de áreas urbano-marginales y mujeres bajo control prenatal y en estado de posparto; 3. Utilizar información relevante para proporcionar mejores análisis de causas y de recursos, y para

estimular la toma de mejores decisiones por parejas y familias; y 4. Fomentar esa toma de decisiones en un marco de comunicación participativa orientada a la acción.

Metas como estas involucran cambios de comportamiento multitudinarios y a corto plazo. Ellos solo serán posibles si los programas de salud desarrollan una alta capacidad de comunicación social eficiente. Aunque parece darse ahora una admisión de esto, por gobiernos y organismos internacionales, en la práctica, la comunicación para la salud se ve aún lejana de lograr aquella capacidad crucial. De ahí que hallar maneras, creativamente, para lograrlo constituye un gran desafío para los comunicadores en salud en Latinoamérica. ●

ESQUEMA DE MODELACION DE CONDUCTAS POR MEDIO DE INFORMACION, EDUCACION Y COMUNICACION

FUNCIONES	PROPOSITOS PRINCIPALES A QUE SIRVEN	CANALES QUE USUALMENTE EMPLEAN	PUBLICOS A QUE SE DIRIGEN	PRINCIPALES COMPETENCIAS REQUERIDAS*
INFORMACION**	Crear un clima general propicio. Divulgar conocimientos. Forjar actitudes	Medios de contacto impersonal, masivo y a distancia. Teléfonos. Correo.	General. Líderes de opinión. Forjadores de decisiones sobre asuntos de interés colectivo.	Periodismo. Publicidad. Relaciones públicas. Encuestas de opinión Mercadeo social
EDUCACION	Impartir orientaciones y destrezas.	Recursos de contacto interpersonal, formal y presencial en aula.	Maestros. Estudiantes de primaria y secundaria. Estudiantes de universidades e institutos de salud. Funcionarios del sector salud (médicos, enfermeras, etc.).	Pedagogía. Sicología educativa. Técnicas de contacto individual. Dinámicas de grupo.
COMUNICACION	Divulgar conocimientos. Forjar actitudes. Inducir prácticas.	Medios de contacto impersonal masivo y a distancia. Recursos de contacto interpersonal y presencial fuera del aula y no formal.	Individuos, grupos y masas de interés como beneficiarios de programas.	Principios de comunicación para el desarrollo. Técnicas de contacto individual, de grupo y de masas. Antropología cultural. Sicología social.

* Una competencia debe ser exigible por igual para especialistas a cargo de cada una de las tres funciones: la de programación, entendida como el conjunto de destrezas de investigación, planeamiento, prueba, fiscalización, evaluación y ajuste para la producción y distribución de mensajes.

** Este término también se aplica en instituciones y empresas al control de documentos científicos y al procesamiento electrónico de datos. Sin duda esas son otras funciones comunicativas pero no corresponden -sino acaso como apoyo logístico- al proceso de IEC.