**COMUNICACION EN LA DECADA DEL 90****8**

Establecer la agenda de comunicación hasta el año 2000 no es tarea fácil. Pero es más difícil ejecutarla. ¡Valga el intento!

Gino Lofredo, Paul Little, Juan Díaz Bordenave, Marco Encalada, Jack Laufer, Attilio Hartmann, Simón Espinosa.

RADIO POPULAR**46**

La radio puede ser llamada popular, participativa, libre, pirata, interactiva. Eso sí, este medio se identifica cada vez más con los sectores pobres-pobres.

Robert White, Tomás Borge, Hernando Bernal, Pedro Sánchez, Eduardo Vizer, David Landesman.



ENTREVISTA A: FRANCOIS NORDMANN UNESCO - PIDC Juan Braun	42
RADIO, MITOS Y LEYENDAS Francisco Ordóñez	68

NOTICIAS	2
NUEVAS TECNOLOGIAS	4
ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
LIBROS	71

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

Carta del editor

La década del 80 —la década perdida según muchos científicos sociales— se caracterizó por la dispersión de los comunicadores tercermundistas, la falta de nuevas teorías e investigaciones y la ausencia casi total de financiamiento substancial para los proyectos progresistas, los que producen cambios estructurales, dan resultados y ayudan a los pobres-pobres. Claro, hay un retorno a la Democracia pero dentro del marco de una feroz Deuda Externa. Y aparece el SIDA.

La década del 90 debe ser diferente ¡No más retro-

cesos! Los comunicadores tienen que ayudar atacando los temas centrales que destruyen nuestras culturas: Deuda externa, ecología, narco-droga; apuntalando las frágiles democracias, los derechos humanos; utilizando mucho mejor la comunicación popular y alternativa y las nuevas tecnologías. Hay que establecer una agenda de trabajo. Agruparse. ¡La unión hace la fuerza!

¡Feliz década!

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **ASISTENTE DE EDICION:** Wlman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil);

Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 524-177.

Marco Encalada

La antiguerra ecológica

La tercera guerra mundial ha sido declarada ya. Es contra la naturaleza. Y la naturaleza está en retirada. Marco Encalada plantea una "antiguerra" necesaria para evitar la desertificación, la desaparición de cientos de animales y plantas tropicales y, por último, la degradación del "homo sapiens".

La alarma mundial por el estado del medio ambiente natural, que a mediano plazo pone en peligro la vida biológica y a corto plazo amenaza con agravar la ya crítica situación del medio humano, ha puesto de manifiesto la necesidad de que todos los aportes sociales se pongan al servicio de la defensa de los procesos naturales. Es una especie de "antiguerra", la más concertada que el mundo moderno haya deseado plantearse hasta ahora frente a una amenaza común; y hacia ella están confluyendo las más diversas fuerzas que la creatividad humana ha podido lograr hasta ahora con su inteligencia, ciencia y organización social.

La noción de esta "antiguerra", surge de la convicción de que el mundo moderno está inmerso en un proceso que indefectiblemente lo llevaría a cometer un "biocidio" si no cambia de rumbo. Es que el enemigo principal de la vida es la misma sociedad, en particular su conciencia acerca de cómo manejar sus relaciones con la naturaleza; esto plantea la necesidad de una reconsideración total de los valores que la sociedad ha ido creándose desde que comenzó su historia de relaciones con el entorno natural, la cual se remonta a los inicios de la presencia del hombre como especie dominante del planeta Tierra; y sugiere empezar a señalar nuevas bases de relaciones entre los hombres y el medio natural y entre éstos dentro de la sociedad. Es decir, plantea darle la vuelta a todo.

Frente a semejante cometido, virtualmente todo está por hacerse, no obstante los avances de los últimos 17 años, a partir de la Conferencia de las Naciones sobre el Medio Humano, en Esto-

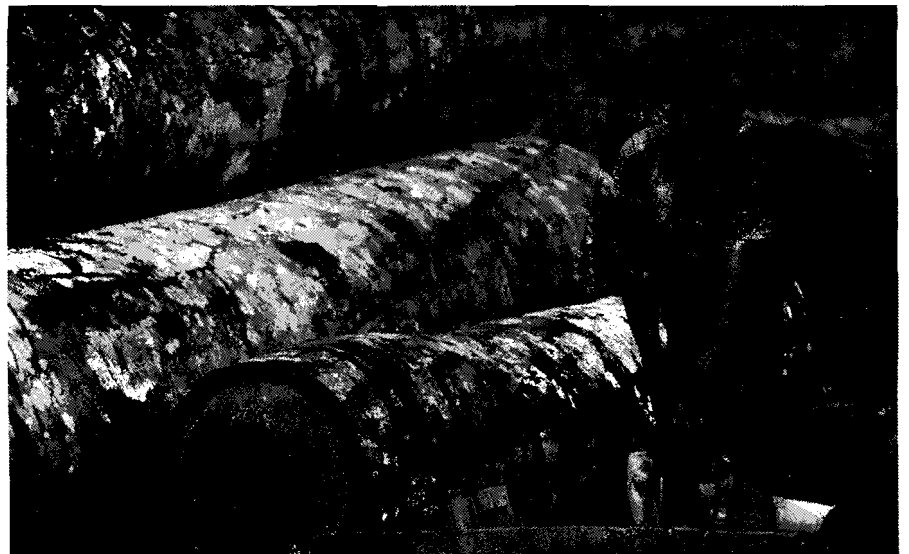
colmo, en que se lanzó esta alerta, quizá una de las más importantes que haya hecho este organismo mundial. Y este quehacer podrá hacerse a partir de algunos resultados que ya se ven en el escenario mundial, entre los que se destacan: La distensión en las relaciones entre Este y Oeste, el deseo por la cooperación mundial para combatir la múltiple contaminación del ambiente, los intensos debates que empiezan a surgir al interior de las grandes y pequeñas naciones sobre la necesidad de provocar un desarrollo sin detrimento ambiental y la proclividad universal que ha empezado a aflorar para favorecer cambios de conductas individuales, familiares y comunitarias en aspectos directamente asociados con los problemas ambientales que afronta el mundo.

APORTES DE LA COMUNICACION - EDUCACION

Entre los aportes vitales para esta "antiguerra", que ya se vienen materializando en todos los países del orbe, se destaca el de la comunicación social

y la educación. Este aporte es obvio. Si de lo que se habla es de conciencia individual y colectiva, de decisiones políticas, comportamientos y conocimientos científicos y tecnológicos y, todo ello, a su vez, asociado con productos tales como nuevos valores de la humanidad y una nueva ética sobre la vida biológica y la social, es lógico que se piense primeramente en la comunicación humana.

El aporte de la comunicación y la educación al esclarecimiento, entendimiento y reorientación de la problemática ambiental en las dos últimas décadas, se ha dado en el mundo de varias maneras, enfoques, procedimientos, intensidades, estrategias y tácticas. Pero cabe afirmar que ha habido una tendencia a utilizarlo de una manera serenamente meditada, altamente creativa, con criterios razonablemente democráticos, interesada tanto en los problemas humanos como en los de la naturaleza y orientada fundamentalmente a interesar a las poblaciones a desear cambiar en favor de ellas mismas y de las demás.



La Tercera Guerra Mundial es contra la naturaleza

Marco Encalada, ecuatoriano. Especialista en comunicación, educación e información científico-ecológica.

MODELOS Y ESTRATEGIAS

Podría afirmarse que predomina una nota de madurez en la mayoría de los enfoques de comunicación sobre la problemática ambiental utilizados, lo cual contrasta con los agresivos usos que se dieron y se están dando con los modelos del mercadeo social, la difusión de innovaciones, el informacionismo, la persuasión "per se", el conductismo inmediateista, la publicidad, la propaganda y el extensionismo. Estos, de alguna manera, estaban persuadidos abierta u ocultamente de que el cambio social debía darse de la noche a la mañana y que el beneficiario final predominante debería ser el grupo social emisor, generalmente lleno de intereses y prejuicios de raza, ideología, productividad privada, relaciones sociales y poder político y económico y no el sujeto de comunicación que colocaban al otro extremo del proceso clásicamente unilateral.

Es difícil hacer especulaciones sobre las motivaciones particulares que han permitido que en algunas naciones se estén aplicando modelos abiertos de comunicación, cuya ética radica en aspirar a poner a todo el mundo en un proceso interactivo de comunicación en favor de una creatividad de ideas sobre la problemática ambiental para una salvación mutua. Y es más difícil todavía especular sobre esto para aquellos países donde tradicionalmente no ha habido espacio para modelos más democráticos de comunicación. Pero lo que sí parece claro es que hay conciencia, al menos entre algunos de aquellos que están administrando la comunicación sobre la problemática ambiental, que el problema concierne a todos, a ricos y a pobres, a grandes y a chicos y que el problema es a largo plazo, que hay mucho que construir, derrocar y cambiar, información que crear, diseminar y reconstruir, por lo que, en consecuencia, hay que liberalizar y democratizar al máximo los sistemas de comunicación social.

BARRERAS

Sin embargo, frente al aporte que otras disciplinas vienen dando a la problemática ambiental, el de la comunicación social todavía está rezagado: La gente todavía no puede reconocer la magnitud de los problemas ambientales, ni sus efectos en la vida biológica y social; las alternativas de solución



Los automóviles polucionan

todavía no están en el proceso de discusión pública; los políticos no están motivados a incorporar la problemática ambiental en la toma de decisiones; los científicos no estimulan su creatividad para identificar las soluciones a corto, mediano y largo plazos; ni la comunidad en general parece motivada a cambiar sus actitudes y comportamientos cotidianos que afectan al medio ambiente, aspectos que, sumados a otros, son de ineludible responsabilidad de la comunicación y la educación.

Esto es especialmente cierto en América Latina. Parece que existe una falta de motivación entre el sector comunicacional (profesionales y propietarios de los medios e instituciones que pueden desarrollar procesos de comunicación social), al tiempo que se evidencia una especie de desorientación global metodológico-operativa en los enfoques comunicacionales.

Durante una reunión de especialistas de comunicación y educación sobre aspectos del medio ambiente, celebrada en México en 1985, bajo el patrocinio del PNUMA, se evidenció que los enfoques de trabajo que se aplican en muchos países son puntualistas e inmediateistas. Aunque todos exhiben mucho entusiasmo en contribuir a la causa, hay una tendencia a tratar aisladamente a determinados problemas para los cuales se articulan campañas informativas sueltas, que deben ser repeti-

das cada vez que se reconoce la necesidad de tratar otros problemas afines. Y no se percibe una comprensión total de la problemática. Eso debilita el concepto mismo de la "antiguerra" que aspira atraer a la arena la mayor cantidad de los factores sociales y naturales que están articulando el drama ambiental que vive el mundo, para darles un tratamiento adecuado.

Una de las mayores consecuencias directas de esto es una aparente confusión general de las audiencias y una baja en la motivación para contribuir a solucionar los problemas. Encuestas realizadas en varios países, no pueden magnificar adecuadamente los problemas ambientales, ni señalarse los lindes de su responsabilidad individual, familiar, corporativa, institucional, comunitaria y nacional frente a ellos; ni pueden organizar su contribución a partir de sus múltiples roles como simples ciudadanos o como líderes. Y existe el peligro de que la "antiguerra" se convierta en una guerra tan vulgar como las que conocemos, donde todo el mundo es enemigo de todo el mundo, movidos por el "tremendismo" y el "sensacionalismo" de la comunicación que, en muchos casos se ufana en presentar un nuevo apocalipsis sin alternativa de solución para la humanidad.

Las consecuencias operativas son la duplicación de esfuerzos y que se desaprovechan recursos disponibles y se ahuyentan otros que deben formar parte de los recursos comunes del mundo destinados a esta "antiguerra". Lo peor que podría suceder es que se ponga en peligro la idea de involucrar integralmente a la comunicación para articular una mejor conexión entre la naturaleza y la sociedad.

MEDIO AMBIENTE: NUEVO PROBLEMA

Hay que reconocer, por una parte, que estas limitaciones metodológico-operativas no necesariamente son el producto de una negligencia científica y profesional en el campo de la comunicación y la educación, porque, en el fondo son una parte de esta problemática que es relativamente nueva. Pero hay fallas profesionales, tanto en la teoría como en la práctica. Por ejemplo, hace falta mucha investigación teórica y aplicada sobre el rol de la comunicación en la problemática planteada y faltan espacios para la discusión nacional de los resultados. Y eso lo tienen que plantear los grupos profesionales y los

sectores académicos.

Los principal es reconocer que la sociedad ha empezado a percibir estos problemas en estas dos últimas décadas aunque hayan existido desde siempre; y ello le configura una naturaleza especial: No hay modelos de comportamiento cultural que puedan ser asimilados para solucionarlos, ni se han ensayado en la historia de la humanidad actos culturales globales que indiquen por dónde dirigir los pequeños cambios cotidianos, individuales y colectivos, que requiere la "antiguerra". En consecuencia, todo requiere ser investigado, ensayado, probado y adecuado. Y ello demanda más que una simple comunicación persuasiva "a la antigua".

LA COMUNICACION ES INTERDISCIPLINARIA

Además, hay que recordar que la comunicación sola no puede constituirse en una alternativa de solución por sí misma, salvo excepciones, y debe estar asociada a las propuestas que otras disciplinas generen. Ello también implica investigación, creatividad, relaciones interdisciplinarias y contactos entre profesionales de la comunicación y científicos. Por ejemplo, es vital la presencia y el aporte de la comunicación y la educación para: La definición de políticas ambientales, la planificación nacional del ecodesarrollo, la planificación regional y local con criterio ecológico, el fomento y aplicación de la legislación ambiental, el financiamiento del trabajo ambiental preventivo y correctivo, la investigación científica sobre los impactos ambientales, la transferencia y asimilación tecnológica para adoptar innovaciones que reduzcan el daño ambiental, la difusión de información científica sobre alternativas de solución al daño del entorno natural, etc.

Pero muchas de estas propuestas todavía no han sido articuladas, ni siquiera retóricamente, en América Latina. Por eso, los comunicadores deberán ser doblemente creativos: Primero, fomentando la postulación de estas propuestas y segundo examinando cómo insertarse en ellas para apoyarlas. En los dorados tiempos de la "comunicación para el desarrollo", una de las más criticadas acciones de los comunicadores, fue precisamente el que hayan adoptado la actitud de "esperar órdenes" de otros profesionales para poder sumarse al trabajo y que no hayan tenido

la habilidad de gestar ambientes de creatividad de ideas para el desarrollo. Esto, en el ámbito de la problemática ambiental, ya no puede ser así. La comunicación ha de ser utilizada para "fomentar" la generación de propuestas, mediante la sensibilización, la educación y capacitación, que son algunas de las funciones más importantes que tiene.

AGENDA DE LA PROXIMA DECADA

Frente a todo esto, lo que se deduce es que la agenda para el año 2000 para los comunicadores sociales es apretada. Demandará mucha reflexión, tareas exigentes de priorización y la manifestación, constantemente renovada, de voluntad de trabajo creativo en numerosos frentes. **A continuación se describirán áreas que la agenda de trabajo de la próxima década no puede dejar atrás.**

INVESTIGACION CLASICA Y NUEVA

El investigar la comunicación sobre el medio ambiente demandará hacer algo de lo clásico y algo de lo nuevo. Lo clásico será utilizar algunos métodos y técnicas con los cuales la disciplina se ha enriquecido de un modo significativo en estos últimos 25 o 30 años, particularmente con ciertos enfoques participatorios, democráticos y comunitarios. Y lo nuevo será el plantearse las cuestiones relativas a la percepción humana sobre las relaciones hombre-naturaleza y los problemas derivados.

Por ejemplo, de los recientes esfuerzos de investigación realizados en Bo-

livia, Venezuela, Costa Rica y Ecuador, se han encontrado serias dificultades para identificar parámetros escalares adecuados para medir los niveles de conocimiento y actitudes de la población en general sobre los problemas ambientales. ¿Cómo seleccionar los mejores ítems escalares sobre qué es lo que conoce, o debería saber una persona común acerca de los problemas ambientales, para poder saber su nivel de conocimiento, si éstos son tan innumerables? ¿Cómo juzgar definitorio un índice de actitudes generales sobre el medio ambiente, si los comportamientos individuales cotidianos que afectan al ambiente natural son tan numerosos y cada uno aporta en más o en menos a la actitud general y total cotidiana del individuo? ¿Cuáles de los problemas ambientales más importantes que confronta el mundo moderno están más asociados a la vida cotidiana de la población y cuáles no?

■ gualmente hay necesidad de investigar nuevos códigos, formatos y estrategias para la comunicación sobre la temática ambiental. ¿Cuál es el tipo de información que la sociedad requiere para ordenar su pensamiento frente a la naturaleza y la sociedad en conjunto y para plantearse opciones de soluciones? Se deben profundizar las investigaciones sobre los actores que intervienen en los problemas ambientales, como agentes del daño ambiental y/o como víctimas de los mismos.



El aporte de los comunicadores es vital para la preservación de las especies



El uso indiscriminado de pesticidas es una amenaza para la vida

RENOVACION DE ESFUERZOS DE PLANIFICACION

Si en los esfuerzos planeados de la sociedad para dañar consciente o inconscientemente el ambiente natural, por la consigna del desarrollo económico y social, los comunicadores afrontaron siempre problemas en el campo de la planificación de la comunicación y es posible que dentro del concepto de la "antiguerra" persista con mayor gravedad el problema.

Por ejemplo, algunos diagnósticos de los problemas ambientales de varios países de América Latina, revelan que por cada país se pueden identificar cuando menos unos **650 macro problemas ambientales**. Cada uno tiene unos 100 subproblemas adicionales. Estos están inextricablemente unidos y asociados entre sí, por relaciones causales naturales y sociales, que constituyen un panorama de necesidades de acción correctiva y preventiva muy amplio. Es tan grande, que no se puede calcular el tiempo en decenios, ni el dinero en dólares, ni la cantidad y complejidad de los recursos científico-tecnológicos, ni el monto de actitudes y comportamientos sociales, que se requerirían como mínimo para activar una solución en niveles medianamente aceptables para permitir que la vida bioló-

gica no siga amenazada. Esto obliga a priorizar problemas. Y ello debe obligar a "fusiones" operativas de las organizaciones para la acción.

El reto para la década que nos llevará al año 2000 será el buscar los mecanismos que permitan una auténtica "coordinación" de programas y proyectos y que se busque minimizar el protagonismo institucional clásico que ha hecho perder tanta fe por el trabajo cooperativo. Y la coordinación es un asunto de planificación, esencialmente, al que hay que añadirle aspectos de voluntad política, adecuación operativa y ensamblaje administrativo para que tenga lugar apropiadamente.

Pero esta planificación de la comunicación seguirá deficiente, si no se estimula una intensa capacitación con nuevos moldes, en todos los niveles de la formación profesional, el ejercicio académico y la práctica profesional. Deberá ensayarse una capacitación que coadyuve a una práctica constante del diseño de proyectos y la ejecución y administración de los mismos, que facilite una recreación constante de ideas; y que ahí se inserten las ideas de la cooperación entre las instituciones.

En el fondo, lo que la nueva era de

la comunicación demandará en este campo es menos retórica y más aplicabilidad de los esquemas de trabajo.

EJECUCION

Finalmente, si la problemática ambiental es amplia, los actores sociales son virtualmente toda la sociedad y las necesidades de comunicación innumerables: ¿Quiénes son los llamados a instrumentar la comunicación? La respuesta sería que la sociedad entera. Pero ello podría parecer como un argumento para no hacer nada. El decenio que se avecina, debe ser el marco temporal en el que se juzgue el rol que el Estado ha jugado en el uso de la comunicación para el cambio social y el rol que le espera en el futuro en lo que concierne a la problemática del medio ambiente.

Hay suficientes testimonios en el mundo entero y en particular en América Latina que las organizaciones privadas sin fines de lucro, han demostrado más voluntad, más organicidad y más efectividad en el manejo de programas de comunicación para todo lo relacionado con la promoción de la calidad integral de la vida de las sociedades. Pero ¿ello les confiere un rol suplantador de las responsabilidades del Estado frente a la dramática situación ambiental? Posiblemente no. Pero ¿qué hacer frente a un Estado que se estrangula operativamente por el mal manejo político y el burocratismo que se ha extendido por el mundo como una plaga sin alternativa aparente de solución? ¿Habrán que conferir a las entidades no gubernamentales un rol adicional al que tienen para mover a ese Estado? ¿Cuál es? ¿Qué papel se le debe dejar a las instituciones privadas con fines de lucro?

Este es un punto crucial que deberá responderse en la próxima década debido a la tendencia mundial a llenar el mundo de organizaciones privadas sin fines de lucro. Ello implica, entre otras cosas, estudiar el desarrollo organizacional, aspecto esencial que el sector de la comunicación social también ha olvidado y a causa de lo cual ha limitado grotescamente su aporte a la solución de los problemas sociales.

Frente a un planteamiento de una "antiguerra", el sector de la comunicación debe saber quien es su antienemigo, su antiarma, su antiestrategia. Pero también su antidebilidad. Es un problema de conocimiento. Un anticonocimiento tal vez. ■