

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 63 - SEPTIEMBRE 1998

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Fernando Checa Montúfar

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,  
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,  
Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Corrección de Estilo**

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

**Portada y contraportada**

Carole Lindberg

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http://www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a


Chasqui.

## NOTA A LOS LECTORES

Cuando Jorge Amado publicó *Gabriela*, alrededor de 800 mil ejemplares fueron vendidos. Años más tarde, la versión telenovelada de la *Rede O Globo* logró una audiencia de 20 millones, solo en Brasil. Cuando hace 6 años Antonio Skármeta inició su serie televisiva, *El show de los libros*, en *Televisión Nacional de Chile*, pocos creyeron que tendría éxito. Hoy, llega a millones de televidentes a través de grandes cadenas de la TV global. Estos hechos demuestran que lo cultural es atractivo para las audiencias y... muy rentable, cuando se lo hace con calidad. Sin embargo, hay factores de la actual sociedad de libre mercado que convierten estos hechos en excepciones. Uno de ellos es, según Susana Velleggia, la depauperización de los organismos públicos que ha generado dos modelos de gestión cultural: el tradicional ("custodio de la alta cultura") y el de modernización retrógrada (donde "el espectáculo es el centro de sus desvelos"), con sus correspondientes tipos de periodismo cultural. Para que la "cultura" tenga un espacio plural y adecuado, es preciso superar estas concepciones. Pero, también, es preciso trascender ese periodismo, ubicado entre "la alta cultura" y "el espectáculo", y entender que no solo debe atender a las manifestaciones de la cultura sino, también, según Manuel Calvo Hernando, producir un discurso de ella, tratar periodísticamente los procesos culturales: tanto los de la gran cultura, como los de la vida cotidiana. El **Periodismo Cultural** tiene futuro (incluso, réditos), pero hay que saber ganarlo.

Un diagnóstico de la cobertura de temas de salud, realizado por 13 universidades latinoamericanas en sendos países de la región, en 1997, estableció que prevalecen mensajes sobre la incompetencia médica, el malestar por los servicios de salud, tonos amenazantes y pesimistas (drogas y SIDA)... La tónica general es la de un periodismo denunciante, de la enfermedad y la muerte, y no un periodismo de la salud. Sin embargo, hay buenos augurios. Algunas universidades se están preocupando cada vez más por la dupla comunicación y salud. En las audiencias hay interés y demandas crecientes por este tema para mejorar su calidad de vida. Los organismos internacionales destinan un mayor presupuesto, dentro de sus proyectos de salud, a la comunicación: la AID, en todos sus proyectos, y el Banco Mundial, en el 80%. La empresa privada, y su "mercadotecnia social y de causas", ha incrementado 10 veces su presupuesto para este tipo de campañas, en una década. Al respecto, algunas experiencias, teorías y modelos presentamos en este *dossier*. Esperamos que su socialización potencie ese interés y contribuya a optimizar una práctica periodística y comunicacional que mejore la calidad de vida de la población, que no es lo mismo que solo prevenir su muerte. En definitiva, ir hacia una eficiente y frecuente **Comunicación en salud**. La preparación de este *dossier* tuvo la valiosa ayuda de Gloria Coe (OPS).

Mario Kaplún calificó de "fermental" a la nueva sección de *Chasqui: Contrapunto*. Y, poco a poco, este buen augurio se va haciendo realidad, gracias al "fermento" de la palabra y el pensamiento de algunos de nuestros colaboradores: Javier Darío Restrepo complementa algunos aspectos sobre ética, tema publicado en la *Chasqui 61*, y Eleazar Díaz Rangel "contrapuntea" criterios expuestos por Carlos Morales, sobre el nuevo periodismo, en la *Chasqui 62*. Ojalá este "fermento" se multiplique y diversifique.

  
Fernando Checa Montúfar  
Editor

## PERIODISMO CULTURAL



**E**l quehacer del Periodismo Cultural suele ubicarse, generalmente, entre la alta cultura y el espectáculo. Es preciso ir más allá, hacia un tratamiento plural de los procesos culturales. Con calidad crecen los espacios, las audiencias... y los réditos.

- 4 La gestión cultural ante los nuevos desafíos  
*Susana Velleggia*
- 8 Periodismo y cultura  
*Rodrigo Villacís*
- 11 Periodismo cultural, conceptos y problemas  
*Manuel Calvo Hernando*
- 14 El impacto cultural de la radio  
*Ricardo M. Haya*
- 17 Suplementos culturales y rentabilidad  
*Manuel Bermúdez*

20 ¿Terminó la guerra entre literatura y televisión?  
*Martha Cecilia Ruiz*

23 La cultura alcanza la primera plana  
*Carlos Morales*

## COMUNICACION EN SALUD

**U**na cosa es trabajar la comunicación solo para prevenir la enfermedad o la muerte y otra, muy distinta e imprescindible, es hacerlo para mejorar la calidad de vida de la población. Aquí algunas experiencias, teorías y modelos que potencien aquello y permitan una eficiente y frecuente Comunicación en Salud.

26 Comunicación y promoción de la salud  
*Gloria A. Coe*

48 Comunicación, salud y poder  
*Carlos Wilson de Andrade*  
*José Stalin Pedrosa*

30 Información, salud y ciudadanía  
*Bernardo Kucinski*

52 Medios y prevención de la violencia  
*Devi Ramírez Díaz*

34 Conductismo: ¿hacia dónde nos llevó?  
*Elizabeth Fox*  
*Gloria Coe*

53 Mercadotecnia social y de causas  
*Julie A. Garrett,*  
*Lisa S. Rochlin,*  
*Gloria Coe*

40 Comunicación y salud pública  
*Isaac Epstein*

44 Salud: buen negocio para los medios  
*Jennie Vásquez-Solís*

57 Internet: comunicación para el cambio  
*Warren Feek*



## CONTRAPUNTO

**N**uevos "fermentos" en esta sección, que complementan y contraponen artículos de las dos últimas ediciones.

58 Etica y técnica, como el zumbido y el moscardón  
*Javier Darío Restrepo*

62 Innovaciones en la noticia  
*Eleazar Díaz Rangel*

## APUNTES



76 Comunicación pública de la ciencia

78 Juegos electrónicos: un desafío a los valores  
*Gregorio Iriarte O.M.I.*

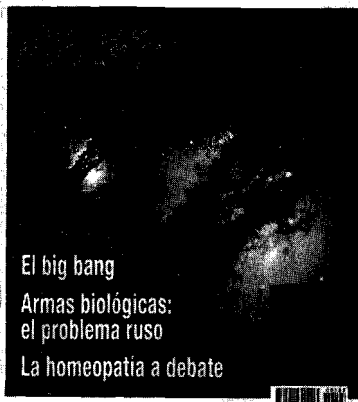
65 El humor en Freud y la publicidad  
*Talvani Lange*

69 ¿El público perjudica a la publicidad?  
*Esteban Perroni*

73 Periodistas científicos, profesionales especializados  
*Argelia Ferrer Escalona*

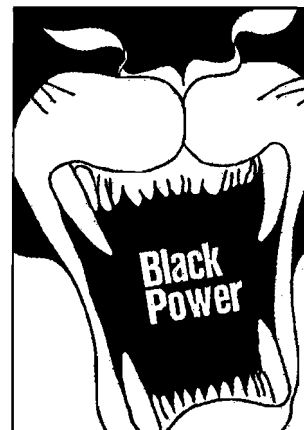
## MUNDO CIENTIFICO

LA RECHERCHE Nº 202 - Septiembre 1988 - 675 Ptas.



## ENTREVISTA

80 Diseño gráfico cubano: confesiones de uno de los siete maestros  
*Joaquín G. Santana*

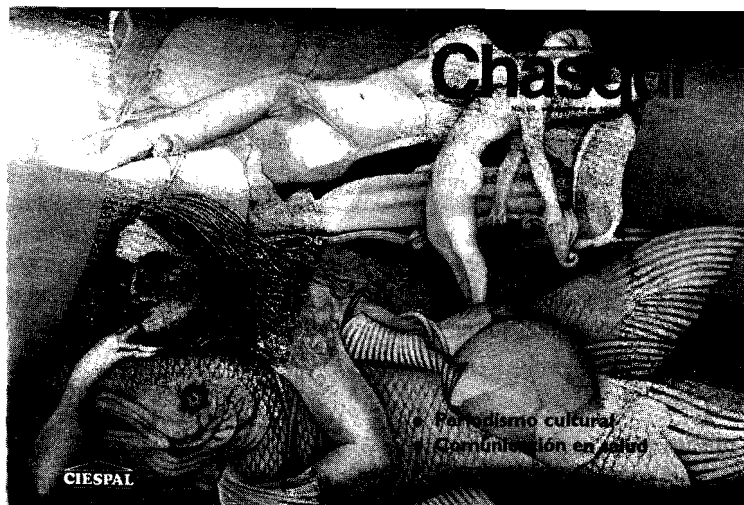


85 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE  
CIESPAL

RESEÑAS

88 Revistas Iberoamericanas de Comunicación  
*Daniel E. Jones*



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

CAROLE LINDBERG

"SIRENAS", 1993

Técnica mixta sobre papel.

56 x 76.5

ELIZABETH FOX  
GLORIA COE

# Conductismo: ¿hacia dónde nos llevó?



Estre Bravo, Ecuador

*Las autoras analizan los antecedentes, algunos aspectos y los problemas que han hecho del conductismo una herramienta polémica y cuestionada, tanto en los Estados Unidos como en América Latina. También, examinan las áreas donde la investigación y las experiencias han utilizado la teoría conductista en América Latina, durante los últimos veinticinco años, y han contribuido -dicen- al mejoramiento del bienestar de las poblaciones. Plantean la aplicación de las técnicas conductistas, dentro del contexto de la promoción y protección de la salud, articuladas a la participación activa de la población.*

**E**l conductismo aplicado a la salud contiene una idea relativamente sencilla: el comportamiento de una persona en lo referente a las prácticas de salud puede recibir la influencia de la información y otros incentivos y cambiar para ser mejor. Los proyectos que se basan en premisas conductistas, tales como los programas

de comunicación social, desempeñan funciones importantes en los programas de promoción de la salud en toda América Latina, aunque sus teorías y prácticas hayan sido criticadas.

Es importante tratar este tema, incluso si dichos programas se basan en principios poco sólidos o tendenciosos, o si sus motivos y las aplicaciones son defectuosos, pues, si hay elementos de teoría

y aplicación conductistas que pueden contribuir a resolver los problemas de salud más apremiantes de la región, es imperativo que estos sean identificados y "exonerados".

ELIZABETH FOX, estadounidense. Ph. D., Asesora Experta en Comunicación y Salud de la USAID.  
GLORIA COE, estadounidense. Ph. D., Asesora Regional en Comunicación y Salud de la OPS-OMS en Washington. E-mail: coeglioni@paho.org

### La tradición científica

El conductismo surge de la tradición científica del positivismo. Esta tradición equipara muchos de los fenómenos de las ciencias sociales a los fenómenos de las ciencias exactas. Según ella, las explicaciones científicas de los fenómenos sociales son posibles y pueden comprobarse y predecirse. La interpretación naturalista de las ciencias sociales las ve como ciencias naturales "inmaduras" que tienen el potencial para un desarrollo complejo y maduro. Dadas las medidas adecuadas y los indicadores correctos, es teóricamente posible predecir la cantidad exacta de cambio de comportamiento que ocurrirá como reacción a un estímulo.

El conductismo en las ciencias sociales evolucionó en las universidades y escuelas de ciencias sociales de los Estados Unidos. Representó un rompimiento con las tradiciones pasadas de la especulación teológica, metafísica y filosófica que venía de Europa. Una mirada a sus premisas fundamentales ayuda a entender las controversias que posteriormente surgieron sobre su aplicación en América Latina.

La primera premisa del positivismo se refiere a la función de la ciencia en el cambio social. Si es teóricamente posible determinar las causas de que algo ocurra, entonces también es posible utilizar esa información para cambiar esos mismos fenómenos. En otras palabras, hay una relación directa entre la teoría y la acción. La ciencia social se convierte en una herramienta potente y utilizable en el cambio social, y es llamada por algunos ingeniería social. La ciencia social, especialmente en los esfuerzos de desarrollo, se transformó en una ciencia aplicada, así como también en una ciencia teórica.

La segunda premisa se refiere a la neutralidad de la ciencia. Si es posible medir algo de manera precisa y científica, entonces se pue-

de establecer que es un hecho, un argumento más firme y convincente que una opinión o una norma cultural. La ciencia va más allá de contextos sociales, políticos y culturales específicos. Los resultados de la investigación son de valor neutral, objetivos y generalizables, sujetos solo a los criterios de la puesta a prueba pública, la confirmación y la refutación. El científico y los métodos científicos no tienen ninguna ideología acerca de lo que es correcto o equivocado, bueno o malo. Son objetivos, impersonales e imparciales. La ciencia social no solo es una ciencia aplicada, sino que además sus métodos carecen de un valor. No puede ser acusada de beneficiar a un grupo más que a otro, o de favorecer un interés específico.

### Acusaciones contra el conductismo

Los críticos de las teorías y métodos conductistas alegan que hay aspectos de

los fenómenos humanos que no pueden someterse al tipo de inspección sensorial que se necesita para la investigación científica empírica. Sostienen que los científicos sociales no pueden considerar de forma adecuada los motivos humanos, las disposiciones, las metas concebidas y los valores, sino que se limitan en su investigación a las materias públicamente observables, de manera similar a como lo hacen las ciencias naturales. Este nivel "observable" del análisis no es adecuado para describir o explicar los fenómenos humanos. Por ejemplo, la acción de alguien que adquiere algún método anticonceptivo no necesariamente puede usarse para sacar conclusiones sobre cómo se utilizará ese método o sobre las actitudes del comprador hacia el control de la natalidad, ni es posible determinar la causa exacta o los estímulos que llevaron a la compra.

Los críticos del positivismo han subrayado las influencias sociales ocultas y no tan ocultas que intervienen en la selección de los programas de investigación y los problemas que tratan las ciencias sociales. Estas influencias varían de acuerdo a los intereses políticos y a los tipos de investigación que se promueven, debido al financiamiento disponible o a los tipos de datos que sean fáciles de conseguir.

El cúmulo de estudios sobre la revolución verde y la planificación familiar en América Latina, a principios de los años sesenta, se debió principalmente, según los críticos, no a la necesidad objetiva de estudiar estas áreas, sino al tipo de financiamiento disponible y a los motivos de los organismos de financiamiento. Asimismo, una decisión política (en lugar de una decisión científica) o una disminución en la natalidad paralizó el financiamiento y la investigación sobre los métodos anticonceptivos en los años ochenta. Lo mismo es válido para aquellas áreas que históricamente no han recibido atención debido a



*Son las estructuras económicas y políticas las que determinan la deplorable calidad de vida latinoamericana, y no solo las creencias, actitudes y comportamientos poblacionales.*

Oscar Bonilla Uruguay

las consideraciones políticas o económicas, por ejemplo, las técnicas agrícolas tradicionales.

Se ha discutido también en torno a los juicios sobre lo que es bueno y malo, correcto y equivocado, sano o enfermo, tan profundamente arraigados en las culturas que es imposible desarrollar una ciencia social neutral y libre de valor que pueda funcionar en cualquier contexto. El hecho de que ciertos comportamientos se consideren anómalos o enfermizos en algunas culturas, mientras que en otras es normal y sano, o que cierta configuración familiar es un "problema" en algunas culturas, y no lo es en otras, son juicios que tienen una base cultural y no tienen un valor absoluto. Los argumentos de la ciencia positivista sobre la neutralidad, la objetividad y la generalidad son, por consiguiente, imperfectos.

Otra inquietud sobre la tradición positivista es su asociación con la escuela funcionalista de la ciencia social de Durkheim. (En realidad, la palabra "funcionalista" a menudo se usa de manera peyorativa en el contexto latinoamericano para denotar "conductismo" y otros modelos de investigación inspirados por los Estados Unidos.) El modelo funcionalista de la ciencia social es básicamente una escuela no conflictual de investigación social que observa a los diferentes actores y sus acciones según interactúan en un sistema social. En América Latina, la escuela "funcionalista" a menudo se opone a las teorías marxistas del conflicto de clases y del materialismo dialéctico, y al reconocimiento implícito, dentro de estas y otras teorías, de la distribución del poder, la desigualdad económica y la injusticia social.

Sin embargo, mientras el debate sobre las teorías y métodos conductistas continuaba dentro de comunidades académicas y universidades de los Estados Unidos y otros lugares, los investigadores y planificadores han aplicado con gran éxito técnicas y medidas conductistas simplificadas en áreas como la publicidad comercial y las encuestas de opinión pública. Las mismas teorías y métodos proporcionaron la base para el trabajo inicial en las comunicaciones para el desarrollo en el Tercer Mundo.

### Conductismo y comunicación para el desarrollo

Las teorías psicológicas o conductistas

del desarrollo se diferenciaron de los enfoques económicos. Los psicólogos observaron el desarrollo a nivel individual y no solo un cambio en las estructuras sociales o económicas.

Dos eruditos de los Estados Unidos, David McClelland, *The Achieving Society* (1961) y Everett Hagen, *On the Theory of Social Change* (1962), se centraron en las características de los individuos como factores determinantes de la estructura social. Hagen consideró a la estructura social como una función de la personalidad. La sociedad tradicional tenía personalidades tradicionales, definidas como autoestima baja, autoritarismo, resistencia a la innovación y poca o ninguna inclinación a percibir el mundo como sujeto a la manipulación humana. Estas características eran opuestas a las de la personalidad moderna. Mediante una mayor urbanización, alfabetización y exposición a los medios de comunicación podrían producirse cambios duraderos en la personalidad de los individuos.

Al trabajar desde esta perspectiva psicológica, los sociólogos, antropólogos e investigadores de la comunicación supusieron que el problema del desarrollo estaba relacionado con la transformación de las sociedades y los individuos tradicionales en modernos. Aplicada al Tercer Mundo, la comunicación para el desarrollo, al hacer uso de las teorías sobre la difusión de la información y el cambio de comportamiento, envió a los grupos de población destinatarios mensajes específicos, concebidos para cambiar sus actitudes y comportamientos "tradicionales" en muchas áreas. Según Luis Ramiro Beltrán: "Varios de estos especialistas ahora parecían percibir su profesión como una especie de disciplina de ingeniería social sumamente eficaz, dotada quizás de poderes casi mágicos para persuadir a las masas subdesarrolladas de convertirse en modernas".

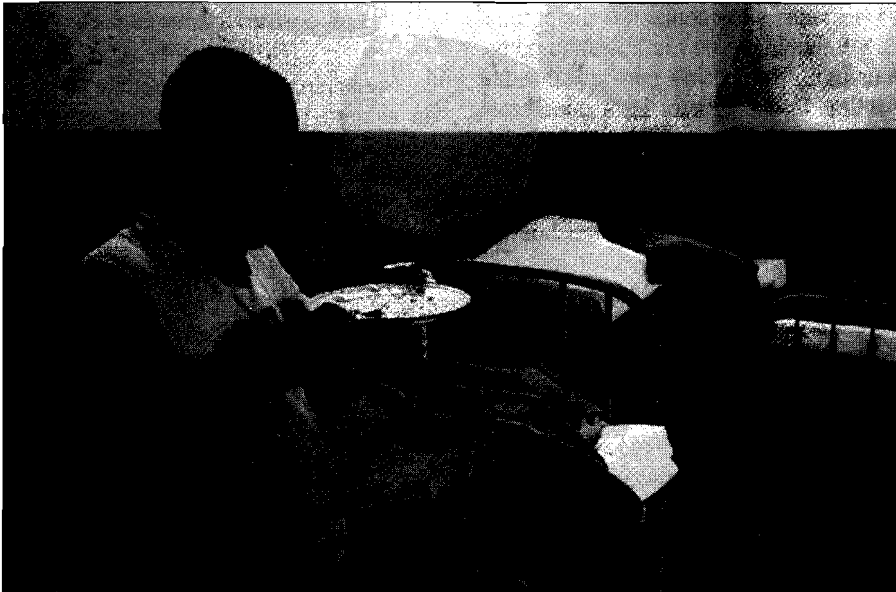
En 1964, Wilbur Schramm publicó *Mass Media and National Development: the Role of Information in Developing Countries*. La visión de Schramm sobre el papel que la comunicación podía jugar en el cambio de las actitudes y los comportamientos tradicionales marcó la pauta para el uso que se dio a los programas de información y a los medios de comunicación para el desarrollo en los países del Tercer Mundo, durante muchos años. Según Schramm, la capacitación y el

Las dos premisas fundamentales del positivismo -la ciencia social aplicada al cambio social y la ciencia social como neutral y libre de valor- son los puntos centrales de la tradición positivista, dentro de la cual evolucionó la teoría conductista en los Estados Unidos.

cambio de actitud estuvieron, por lo general, a la par cuando se movilizaron recursos humanos para el desarrollo nacional. Por ejemplo, mejorar la salud y el vigor, así como alargar la vida de la población, requería no solo la prestación de servicios médicos y farmacéuticos, sino también la enseñanza de nuevos hábitos de salud.

En su trabajo pionero, Schramm colaboró estrechamente con Daniel Lerner, autor de *The Passing of Traditional Society* (1958) y también autor, con Schramm, de *Communication and Change in Developing Countries* (1967). En su trabajo Lerner ilustró cómo la información podía utilizarse para estimular la modernización: "(La información) estimula al campesino a que desee aprender a leer para que pueda trabajar en el pueblo, a la esposa del agricultor a que deje de tener hijos, a la hija del agricultor a que quiera ponerse un vestido y arreglarse el cabello". Lerner alegó que el principal paso hacia la modernización individual era la adquisición de la empatía, la capacidad para imaginarse a uno mismo cumpliendo la función de otra persona.

Otros eruditos en el tema de la comunicación para el desarrollo argumentaron que la exposición al cambio y la flexibilidad cognoscitiva eran las características



Carlos Améigo. Dimensión Visual. Uruguay

*Lo bueno y lo malo, lo normal y lo anormal no son valores absolutos, se establecen según los contextos culturales.*

más importantes en el proceso de modernización individual.

Everett Rogers, a principios de los años setenta, definió la comunicación para el desarrollo como: "El proceso por el cual una idea es transferida de una fuente a un receptor con la intención de cambiar su comportamiento. Por lo general, la fuente quiere alterar el conocimiento del receptor sobre alguna idea, crear o cambiar su actitud hacia la idea, o persuadirlo de que adopte la idea como parte de su comportamiento normal".

Durante más de dos décadas, el trabajo de Schramm, Lerner, Rogers y otros de las universidades de los Estados Unidos, marcó el rumbo de las instituciones que dirigieron los programas de ayuda de este país a los países en desarrollo -desde las innovaciones agrícolas hasta la planificación familiar-. Estos programas emplearon teorías conductistas para cambiar las actitudes y las prácticas de los individuos por conducto de la exposición a nueva información y a los medios de comunicación. La década de los años setenta, sin embargo, resultó ser un fracaso generalizado del desarrollo así como del modelo de comunicación para el desarrollo. Para 1978, cerca del 40% de las familias de la región habían caído al nivel de pobreza crítica.

En 1976, Luis Ramiro Beltrán, publicó *Alien Premises, Objects and Methods in Latin American Communication Research*. Esta obra resumió las objeciones

principales al uso de la comunicación para el desarrollo conductista en América Latina y suscitó el surgimiento de una posición crítica a la aplicación de este modelo en la región. Beltrán cuestionó la objetividad de la nueva "ciencia" de las comunicaciones y su capacidad para promover y medir eficazmente el cambio de comportamiento. Enfatizó la orientación del *statu quo* de una escuela de investigación que se concentró en el individuo y en el comportamiento individual, en lugar de centrarse en las limitaciones de una estructura social opresiva que limitaba el desarrollo. Finalmente, Beltrán refutó los argumentos de que los cuestionarios, las encuestas ilustrativas, las entrevistas y los análisis estadísticos usados en estos estudios podían medir las complejidades y las diferencias culturales de los habitantes del vasto continente latinoamericano.

Beltrán y una generación de eruditos en las comunicaciones en América Latina cuestionaron la suposición implícita en la comunicación para el desarrollo de que los medios de comunicación latinoamericanos eran los socios convencidos de colaborar con los programas de desarrollo. Beltrán resaltó la orientación privada y comercial de los medios de Latinoamérica y su alto porcentaje de contenido, financiamiento y control extranjeros. En cambio, sugirió que los investigadores deberían examinar los mensajes que emitían estos medios y los tipos de esti-

los de vida que promovían -el excesivo consumo, el elitismo y el racismo- generalmente financiados por la publicidad del alcohol y del tabaco.

Beltrán y sus colegas exploraron otra debilidad de esta escuela y sus teorías y metodologías conductistas. ¿Cómo puede uno estar tan seguro de que ese "subdesarrollo" era causado por las actitudes y creencias tradicionales de los individuos? ¿Además, era necesariamente cierto que una vez que estas actitudes cambiaran, las economías crecerían y los sistemas políticos funcionarían democráticamente? Quizás, indicaron, las restricciones económicas y políticas estructurales retrasaron el desarrollo de las sociedades a pesar de los deseos, las creencias o los comportamientos de sus miembros.

Entre otras limitaciones, Beltrán mencionó la dependencia económica y cultural de los países de América Latina con respecto a los Estados Unidos y la dominación que este país ejerció en la región. También identificó los problemas estructurales internos que limitaban el desarrollo, tales como la distribución de tierras, la falta de crédito, los servicios de atención primaria de salud y la nutrición deficientes, entre muchos otros. Aunque las actitudes individuales en lo referente a los hábitos de salud cambiaron, como resultado de los mensajes de los programas de comunicación para el desarrollo, a menudo no había ningún consultorio

**E**s posible, sugirió Beltrán, que al centrar la investigación en el individuo y en el comportamiento individual, las ciencias sociales y la comunidad del desarrollo estuvieran distrayendo la atención de los problemas reales de la región.

disponible para atender a las poblaciones necesitadas o fondos para financiar los programas de atención de la salud pública. Es posible, sugirió Beltrán, que al centrar la investigación en el individuo y en el comportamiento individual, las ciencias sociales y la comunidad del desarrollo estuvieran distraendo la atención de los problemas reales de la región.

### Cambio de paradigma

El cambio crítico en la teoría de la comunicación latinoamericana, en los métodos y en la investigación, así como el rechazo hacia el modelo de comunicación para el desarrollo iba acompañado de un nuevo concepto de desarrollo. La modernización ya no se vio como algo externo a la comunidad que tenía que ser impuesto, introducido e inyectado en las masas tradicionales. Los programas empezaron a trabajar con el concepto de la participación comunitaria y "conscientización," permitiendo al individuo y a la comunidad tratar eficazmente sus propios problemas, en vez de depender de modelos importados y fuerzas externas para realizar el cambio.

Gran parte de la crítica a la comunicación para el desarrollo y el cuestionamiento mayor a las "ciencias sociales norteamericanas" se alimentaron de una crítica al "paradigma de modernización". Este modelo occidental, que contraponía lo moderno con la sociedad tradicional y

las actitudes y los comportamientos que esta contenía, ya no fue aceptado como el único camino posible para las sociedades del Tercer Mundo. Este cuestionamiento del modelo de desarrollo criticaba las actitudes negativas hacia las creencias populares sobre la salud y la "curandería" nativa, contenidas en muchos de los esfuerzos de comunicación para el desarrollo. ¿Cómo podía una civilización estar tan segura de que sus instituciones, valores y prácticas eran correctas y modernas? Quizás la medicina y las intervenciones occidentales de alta tecnología no necesitaban para resolver los problemas de salud los países pobres de América Latina, Asia y África.

Los argumentos legítimos que dieron lugar a las quejas contra las teorías etnocéntricas sobre la modernización a menudo se confundieron con las críticas absolutas a la modernización, a los modelos de desarrollo y a la ciencia social occidental, principalmente de los Estados Unidos. Muchas veces, el rechazo a las teorías y los métodos del conductismo se convirtió en un artículo de fe, especialmente entre los izquierdistas. Estas teorías y métodos, sin embargo, rara vez se comprendieron en función de su verdadera debilidad (o fortaleza) teórica y metodológica, y de sus deficiencias. Fueron descartadas en lo que constituyó un amplio rechazo a todo el conductismo junto con el imperialismo y el capitalismo.

### Los comunicadores y el "mundo real"

Paralelamente a este debate, la ayuda externa bilateral y muchos organismos privados y públicos que trabajaban en el área de las comunicaciones para el desarrollo siguieron utilizando las teorías y los métodos del conductismo. El éxito en los Estados Unidos, del modelo de mercadeo comercial y el uso amplio de la publicidad y de las encuestas de opinión pública, fue muy grande. Los profesionales del desarrollo creían que los mismos métodos podían aplicarse con éxito para cambiar el comportamiento tradicional. Los medios de comunicación fueron llamados a colaborar en las campañas masivas para el mejoramiento de la salud y los modos de vida, soluciones de rehidratación oral y la promoción de la lactancia materna y los alimentos de destete, usando muchas de las mismas técnicas creadas por la publicidad y el mercadeo comerciales.

Los medios de comunicación se emplearon en los programas de planificación familiar desde principios de los años setenta. En 1973, Profamilia lanzó una campaña para el mercadeo social de los condones en Colombia. Luego se realizaron programas similares en Jamaica, El Salvador y México. Las campañas de promoción usaron una variedad amplia de medios.

La recopilación y el análisis de datos confiables sobre el significado de las ventas de condones, en cuanto a su uso, y las verdaderas prácticas de planificación familiar de la población, planteaban un problema en el caso de estos programas. Una encuesta efectuada en ciudades de Guatemala, confirmó que el uso real de los anticonceptivos por parejas individuales coincidía con los cálculos de los datos sobre las ventas. Sin embargo, las trabas encontradas al traducir los datos de las ventas o las encuestas cuantitativas a cobertura o uso de anticonceptivos, hicieron difícil que se pudieran justificar los argumentos de que los programas de mercadeo social tenían repercusiones sobre la demografía de los países en que funcionaban. El uso inapropiado de los anticonceptivos, en varios países que tenían programas de mercadeo social, sembró dudas sobre la eficacia del mercadeo de anticonceptivos, sin programas de educación a largo plazo y sin trabajadores de campo adiestrados.



América Latina ha demostrado que, para tener éxito, los modelos de comunicación social deben complementarse con métodos participativos y antropológicos.





Imágenes Libres, El Salvador

*Para los años setenta, la comunicación para el desarrollo, basada en la teoría conductista, resultó un fracaso en América Latina.*

Se demostró que los programas de mercadeo social eran buenos complementos de los dispensarios y de los servicios comunitarios de salud. Sin embargo, ellos no constituyen una solución instantánea. Al mismo tiempo, el mayor uso en todo el mundo de los medios de comunicación comerciales, para transmitir mensajes sobre planificación familiar, salud y alfabetización (como, por ejemplo, las telenovelas), representaron un triunfo de la filosofía del mercadeo social.

### Comunicación interpersonal

Los organismos de desarrollo, tanto públicos como privados, siguen apoyando los programas que emplean metodologías basadas en el conductismo. Muchos de estos se encuentran en el sector de la salud. Una razón es la eficacia en función de los costos. La comunicación social puede abarcar mucho terreno a poco costo. Lo que es más importante, hay pruebas de que estos programas aumentan significativamente el conocimiento y la aceptación de las nuevas prácticas de salud. Este aumento, sin embargo, puede o no conducir al cambio de comportamiento.

Un examen de las experiencias ha determinado que para tener éxito, las metodologías de la comunicación social deben complementarse mediante la co-

municación interpersonal y los esfuerzos de motivación por parte de los trabajadores comunitarios y los voluntarios. Es necesaria la movilización de diversos grupos de apoyo y organizaciones para que las metas de los programas se comprendan y sean ampliamente aceptadas.

Si bien los problemas para "comprender" el comportamiento humano y hacer extrapolaciones a partir de él siguen confundiendo a quienes trabajan en investigación social sobre planificación familiar y nutrición, algunos de estos problemas se han abordado con métodos cada vez más complejos, participativos y antropológicos. La introducción de medidas "culturalmente más sensibles", y un aumento en la participación del individuo y la comunidad en la identificación de los problemas y en la definición de medidas también han mejorado los resultados.

En la histórica Declaración de Alma-Ata y en la 42a. Asamblea Mundial de la Salud, la OPS-OMS hicieron suya la promoción de la salud que incorpora tanto la acción individual como la social en pro de la salud. El objetivo principal de la promoción de la salud es la acción social para la salud. Procura crear y reforzar las condiciones que permiten a las personas tomar las mejores decisiones sobre su salud y las alienta a que vivan vidas saludables.

Este concepto de la promoción de la salud se basa en los principios conductistas. El conocimiento puede cambiar el comportamiento de las personas. Sin embargo, el conocimiento solo, sin instalaciones y sistemas de apoyo, no basta para llevar a las personas a la acción. De esta forma, los argumentos "falsos" del conductismo son dejados de lado. Los ambientes y las políticas que apoyan la salud son esenciales para permitir que las personas vivan una vida saludable. La buena salud depende de la participación de individuos y comunidades preparados. Pero hay mucho que el individuo y la comunidad no pueden hacer trabajando solos. Todas las fuerzas sociales, desde el individuo y la comunidad local hasta la nación, deben movilizarse y trabajar para resolver los problemas comunes y alcanzar las metas de salud. También son fundamentales las políticas sociales y económicas, relacionadas con sectores diferentes al de la salud.

Aunque es imperfecto cuando se usa solo, el conductismo es importante como componente de la promoción de la salud y esencial para concebir los programas de comunicación social. El conductismo sirve para crear las condiciones que permiten a los individuos vivir una vida plena y saludable. ●