

DE LA DIFUSIÓN DE INNOVACIONES

A

José Salinas Aramburo
Docente de Comunicación y
Desarrollo

Herencia de la "Revolución Verde", iniciada en los EE UU con la incorporación de tecnologías avanzadas en la producción agrícola que trajeron como consecuencia el dominio de la producción de alimentos y el control empresarial del hambre en el Tercer Mundo, la llamada Transferencia de Tecnología o Extensión Agrícola irrumpe en Bolivia en la década de los 50 como la principal punta de lanza para el Desarrollo Rural.

En términos comunicacionales, esa Transferencia de Tecnología mediatizada por "extensionistas" no implicaba otra cosa que la simple, directa y vertical difusión de "innovaciones" concebidas como ideas o productos novedosos que era imperativo "vender" a los países pobres.

Según Roger Shoemaker, en su libro "Comunicación de Innovaciones"(1), era posible acortar la brecha entre pobres y ricos a través de procesos de información y difusión tecnológica en el ámbito rural, con énfasis en la transferencia de los llamados "Paquetes Tecnológicos" (2)

La marginalidad rural se origina en la falta de acceso a la información, de ahí que los métodos utilizados sean limitados en razón del desconocimiento de la existencia de insumos y tecnologías que podrían estar a su alcance.

"La comunicación, entendida como la difusión de ideas, prácticas nuevas o innovaciones en una época donde se requieren cambios en los diferentes campos de la actividad económica puede constituirse en el canal para cerrar el espacio entre lo que se tiene

LA

y lo que se utiliza."(3)

El que la difusión no sea un proceso fácil y simple lo evidencia el tiempo que requiere el cambio. Aun en países como Estados Unidos, donde hay actitudes generalmente favorables hacia el cambio, se aprecia un considerable lapso entre el momento de introducir una idea hasta el de su adopción extendida. "Hubieron de pasar más de catorce años para adoptar por completo la semilla de maíz híbrido en Iowa". (4)

En Bolivia, el principal protagonista de estos procesos era el mismo Estado a través de instituciones que actuaban bajo la tutela del ex

Ministerio de Agricultura y Asuntos Campesinos (MACA). Entre aquéllas, se destacó el Instituto Boliviano de Tecnología Agropecuaria (IBTA) que aún subsiste gracias al apoyo de recursos financieros provenientes de la cooperación internacional y del Banco Mundial. (BM)

Posteriormente, en los años de dictaduras militares, surgen las

COMUNICACIÓN RURAL

36

Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) con una fuerte dosis de "desarrollo social" y que contribuyeron a dar cabida y "asilo" interno a un contingente importante de profesionales del sector social manteniendo una actitud abierta en defensa de la democracia.

Estas ONG's tomaron el relevo en el proceso de achicamiento del Estado frente a su responsabilidad en el desarrollo rural y se constituyeron, a su vez, en instancias de Transferencia de Tecnología y de Extensión Agrícola. Su principal campo de acción ha sido y es el ámbito rural.

En resumen, desde los inicios de la Extensión Agrícola en Bolivia hasta nuestros días, se han contado con importantes recursos, tanto económicos como humanos, destinados al "Desarrollo Rural". Se han gastado millones a través de Instituciones públicas, privadas y no gubernamentales, acudiendo, ya sea al Tesoro General de la Nación, ya sea a la Cooperación Internacional y al Crédito Externo.

Se forman en Bolivia centenares, o miles de profesionales y técnicos en Ciencias Agronómicas en los nueve departamentos. La mayor parte de ellos, está subempleada o desocupada.

Según los recientes datos del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), nuestro país ocupa uno de los primeros lugares en América Latina en los índices de pobreza y subdesarrollo. En el área rural, un 85% de la población vive en extrema pobreza.

¿Dónde está la falla?

Al plantear esta pregunta, no se pretende incorporar en la respuesta y en las posibles alternativas de solución al problema de desarrollo rural, a la comunicación como la panacea o varita mágica que trae una caja de pandora llena

de sorpresas y dispuesta a afirmar que la Comunicación Social es LA solución a todo.

Como se verá más adelante, aquí se trata de asignar - no tanto a la Comunicación Social como ciencia, sino a la Comunicación Social como proceso dinámico capaz de crear y promover nuevas relaciones en los grupos humanos - el rol estratégico que debe cumplir en todo proceso de desarrollo, tanto a nivel rural como en cualquier otro ámbito de la sociedad.

Volviendo al tema de la Extensión, es posible afirmar que a pesar de existir recursos para la Transferencia de Tecnologías, éstas no han sido transferidas a las comunidades, salvo en muy pocas y honrosas excepciones, y se tratan de casos aislados muy poco significativos en el sector.

Extensión y Comunicación

Ya Paulo Freire cuestionó la ideología de la pura Transferencia mediatizada por la Extensión Agrícola, asignándoles el papel de Transmisores de Conocimientos en el marco del modelo de Educación Bancaria, es decir, verticalista, pasiva e inmediateista.(4)

El problema radica en que en nuestro medio no se considera la Extensión y la Transferencia de Tecnología como un proceso educativo y menos aun, comunicacional. Se actúa como si esos

procesos fuesen actividades de oferta y demanda, en la generalidad de los casos, las tecnologías son impuestas a las comunidades, sin preguntarles ni consultarles acerca de la necesidad o urgencia en su introducción y/o adopción.

Cuando se habla de Transferencia de Tecnología, es más apropiado decir traducción de tecnología transferida; esto significa tecnologías apropiables en vez de apropiadas donde el productor se apropie de las tecnologías propuestas en términos de capital, mantenimiento de ese capital, y sobre todo, en términos de cultura.(5) Si no existen estas condiciones, las tecnologías son apropiadas para los factores

externos pero son inapropiadas para los destinatarios.

Aquí no se pretende transferir tecnología, sino más bien traducir propuestas tecnológicas a las situaciones locales y adecuar esas propuestas a cada situación en particular.

El trabajo de Extensión Agrícola debe ser un proceso de comunicación y no un monólogo. La concepción con que suelen llegar las instituciones a los agricultores las colocan en un rol de informadores del productor agropecuario. Ello origina incomunicación y frustra el proceso de extensión.

¿Qué Desarrollo y qué Comunicación?

Hablar de modelos, corrientes o paradigmas del Desarrollo y de la Comunicación equivale a situarse en un tipo de esquema de sociedad que debe ser cambiada - en el sentido de que todo Desarrollo implica un cambio social - y la manera de cómo debe realizarse ese cambio y para qué. "Dime qué modelo de comunicación es el dominante y te diré en qué tipo de sociedad vives".



Sin embargo, frente al amplio y confuso espectro de adjetivos que se atribuyen al término Desarrollo (Sostenible, Humano, Social, Económico, Alternativo, Género, etc. etc.....), se presenta como necesidad y tarea imprescindible conocer qué es lo que ello significa para los sectores interesados en ese cambio y cuáles serán los pasos que se deben seguir para lograrlo.

No es suficiente manejar como "receta de cocina" la vasta lexicología que actualmente se emplea en el ámbito institucional. Términos como sustentabilidad, participación, involucrados, implementación, enfoque de género, interacción, y muchos otros más, son expresados indiscriminadamente sin proyectar sus reales contenidos y significaciones. Por ello, es urgente establecer no solo el significado semántico de tales términos, sino y sobre todo, la aplicabilidad y el retorno en la perspectiva de la apropiación integral de aquellos que verdaderamente son los protagonistas del Desarrollo Rural, es decir, los agricultores.

Aquí se ha considerado el enfoque global y referencia conceptual del Desarrollo como un "Proceso deliberado, permanente y acumulativo de cambios y transformaciones estructurales cuyo fin es la igualación de oportunidades económicas, políticas y sociales"(6), y la Comunicación como un "Proceso dinámico tendiente a la construcción de múltiples relaciones, con momentos que se equiparan a los procesos cognoscitivos de cada grupo o sector con el que se trabaja".(7)

La Comunicación Rural

Lo que un profesional de la comunicación entiende por comunicación rural consiste en un "conjunto de métodos y medios que permiten entrar en contacto con el agricultor para que éste comprenda la utilidad de las tecnologías que se le proponen y que termine por adoptarlas".(8). Un Comunicador más progresista piensa que la comunicación rural es un "conjunto de métodos y medios para establecer un doble flujo de información (comunicación dialógica) en el cual se toman en cuenta los conocimientos y las lógicas de los campesinos hacia los medios de extensión y de investigación" (9).

En ambos casos, se razona exclusivamente en el plano de la relación agricultor-extensionista; éste (el extensionista) se sitúa en un universo donde el campesino le interesa solamente como elemento constitutivo del binomio. Olvida que el agricultor no lo espera para poder comunicar. Olvida que el campesino comunica en otro universo, que le es propio y en el que el extensionista no necesariamente debe aparecer. Olvida también que la extensión rural ya no tiene el monopolio de la comunicación exógena en el campo y que los mass media intervienen ampliamente en la formación de una nueva cultura campesina.

Existen tres ámbitos de la comunicación rural que no han sido explorados convenientemente:

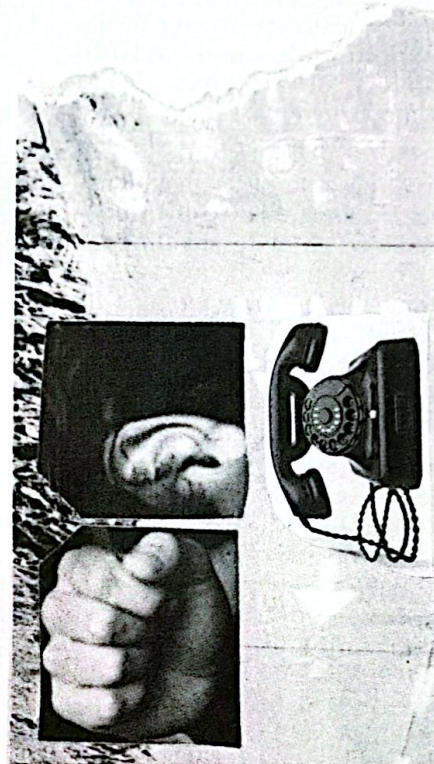
- El ámbito del extensionista en el cual la comunicación significa métodos de trabajo, contacto directo, parcelas demostrativas, unidades experimentales, etc., además de medios concretos como radio, video, cartillas, afiches, etc.

-El ámbito campesino, donde el término comunicación tal vez no sea muy corriente, pero cuya práctica es generalmente muy intensa. Utiliza los soportes y las oportunidades más diversas: poesía popular, música, fiestas religiosas, ferias agrícolas y campesinas, exposiciones locales, danzas, etc.

-El ámbito mediático, donde la radio y en alguna medida la televisión, aportan, incluso en el área rural una visión ampliamente urbana y una ventana abierta sobre los modos de

vida de las capas privilegiadas de la sociedad.

De todo aquello, se desprende



que la comunicación en el área rural raramente viene de los propios campesinos. Esto se debe a que se razona y se toman iniciativas en el marco exclusivo del ámbito extensionista.

Existe desconfianza de los campesinos hacia los canales de divulgación oficiales e incluso, hacia las ONG's; ignorancia de la existencia de recursos propuestos por la investigación agrícola o inadaptación de los productos de esa investigación.

El extensionista, en muchos casos, se cree un "misionero" que debe resolver todos los problemas de la gente y se ve obligado a "crear necesidades y plantear objetivos (generales y específicos)" a los campesinos para justificar su trabajo y generar retroalimentación.

Por esas razones, es posible afirmar que la Comunicación Rural se sitúa en el ámbito

campesino, allí donde los medios de expresión cultural son propios a los agricultores.

Comunicación Participativa: La semilla del desarrollo rural

Participación no es sólo una palabra de moda. Si no se asumen todas las responsabilidades de una actividad a plenitud y no se corre con los riesgos que implica un proceso de cambio, la palabra "participación" se convierte en una "muletilla" más.

En el marco de la Comunicación Rural, un proceso participativo comprende los siguientes elementos:

-Participación en la selección y elaboración de los medios y métodos de comunicación. Esta actividad no es nada frecuente en el área rural. Implica, además, todo un proceso de investigación participativa para establecer



las categorías de mensajes, canales y toda la simbología propia de los destinatarios.

-La participación como

capacidad de discutir, comentar y modificar los mensajes y técnicas de comunicación. Esta práctica aparece como "inconsistente" a los ojos de los extensionistas, puesto que su principal preocupación es saber si su mensaje llega o no, si su tecnología será adoptada o no.

-Participación como posibilidad para los agricultores de expresarse a través de los medios de comunicación y de aparecer en ellos. Esta práctica permite interiorizarse sobre las condiciones de la expresión popular como medio de participación.

Los procesos participativos al interior de la Comunicación Rural crean nuevas formas de relaciones entre las comunidades. Se adquieren comportamientos y actitudes favorables hacia intervenciones y agentes externos que, sin ellos, sería prácticamente imposible.

Ello exige la necesidad de plantearse un nuevo Perfil del Comunicador para el Desarrollo y, específicamente, para el Comunicador Rural.

Como se ha visto, no es suficiente la identificación y la inserción en el medio rural. Tampoco basta la formación académica y profesional. Tomando en cuenta el proceso de cambio social y de sociedad que se desea construir para lograr dar pasos significativos en la marcha hacia el desarrollo, es imperativo que el Comunicador Social esté capacitado para llenar las exigencias de lo expuesto anteriormente, pero por sobre todas las cosas, requerirá una capacidad y sensibilidad innatas para saber reaccionar y decidir siempre en función de los destinatarios.

Cuando las metodologías, las metas y los objetivos, es decir, las estrategias de los planes de intervención o proyectos de desarrollo estén planteados y diseñados a partir de las necesidades reales de los sectores con que se trabaja, será posible encarar verdaderos procesos participativos.

No se debe olvidar la triple condición indispensable para la formulación de estrategias de desarrollo y donde el Comunicador Rural tiene una responsabilidad específica:

- Lograr que la gente quiera resolver sus problemas, (Motivación)
- Que sepa resolverlos (Información), y finalmente,
- Que pueda resolverlos. (Capacitación).

CITAS

1 Roger Shoemaker: La Comunicación de Innovaciones

2 Paquete tecnológico: Conjunto de Insumos y actividades de un ciclo de producción agrícola

3 Roger Shoemaker en "Proyecto de Promoción y Difusión para el Uso de Semilla de Buena Calidad" Salinas J. y España S. Consejo Nacional de Semillas. 1990.

4 Op. Cit.

5 Paulo Freire: ¿Extensión o Comunicación?"

6 Plan Anual Operativo 1996. Salinas J. Programa Nacional de Semillas. 1996

7 UNITAS-PROCADE en Anuario 1994. COOPERACION TECNICA SUIZA, COTESU

8 Alfaro, Rosa María; Otra Comunicación para Otro Desarrollo

9 Sauquet, Michel; Le voisin sait bien des choses

10 Op. Cit.