

Para la intervención en el hábitat la comunicación: acción social



Juan Carlos Ceballos Guerra¹

Este ensayo retoma las ideas centrales de la charla titulada *La comunicación en la intervención con las comunidades*, que se presentó en el Seminario *Tecnologías en la identificación de políticas ambientales y culturales para la intervención en el hábitat*, organizado por la Escuela del Hábitat-Cehap y el Programa FORHUM en agosto de 2001.

Introducción

¿Qué papel juega la comunicación social en la formulación y ejecución de planes de desarrollo?, ¿cómo incorporar sistemáticamente la comunicación a la acción de una institución que interviene para el mejoramiento de las condiciones de habitabilidad?, ¿cuál es el método de trabajo en la acción social de la comunicación?

Estas son algunas de las preguntas más recurrentes en las instituciones y organizaciones sociales que llevan a cabo proyectos de desarrollo social en diferentes dimensiones: físico espacial, ambiental, cultural, económica y socio política.

La comunicación posee, en su calidad de práctica social, una capacidad de poner en relación a sujetos y grupos que tienen diferentes cosmovisiones, conocimientos y saberes. Y como estrategia, dispone de medios y escenarios que facilitan la interacción entre las personas, los grupos y las instituciones.

Esta práctica social de la comunicación aplicada a procesos de intervención en el desarrollo social, requiere un replanteamiento de los enfoques que la han circunscrito a cumplir una labor instrumental de transmitir información.

Implica una constante conceptualización como

campo de conocimiento, al igual que la apropiación de metodologías de trabajo que contribuyan

a que la comunicación desempeñe un papel importante en la cohesión de los actores sociales y en su participación activa en la formulación y realización de proyectos de desarrollo social.

La comunicación -contrario a la visión instrumental que la considera como canales de información- es más que todo un escenario² de relaciones de la cultura. De relaciones que giran en torno a la habitabilidad y que tienen diferentes motivaciones: resolver necesidades básicas como el alimento, el trabajo, el alojamiento, la educación, la ocupación del tiempo libre, la provisión de servicios públicos, entre otros. Y necesidades del ser humano en su convivencia social como el afecto, la comunicación, la participación.

Se mirarán aquí las posibilidades y limitaciones de algunos enfoques y prácticas comunicacionales usadas por instituciones y organizaciones que intervienen en las condiciones de habitabilidad. Se plantearán algunas consideraciones para hacer una lectura y una intervención a partir de una **comunicación estratégica**: la comunicación desde un enfoque cultural y como estrategia educativa para el desarrollo³.

El enfoque centrado en la información

El predominio que ahora tiene la concepción de la comunicación restringida al flujo de in-

¹ Comunicador Social. Profesor Asistente, adscrito a la Escuela del Hábitat-Cehap, Facultad de Arquitectura, Universidad Nacional de Colombia, Sede de Medellín.

² Estos escenarios son lugares de ese sistema de relaciones sociales en los que interactúan diversos "actores de la comunicación" (personas, grupos, comunidades, instituciones) quienes emplean, para la producción y circulación de mensajes, variedad de códigos o reglas de entendimiento.

formación, se masificó a partir de los años treinta y durante los cuarenta del siglo XX, cuando se consolidó el nexo entre publicidad y comunicación para el aumento del consumo y expansión del capitalismo. Luego de la segunda guerra mundial, se aplicó este enfoque para favorecer los estilos de vida consumista. Por ello, se creó el imaginario de que la comunicación es igual a medios internos o externos masivos, tales como la radio, la prensa, la televisión. Lo anterior ha hecho que prevalezca en la sociedad y, por ende en sus instituciones, la visión de que la comunicación consiste en la creación de medios para la difusión de información.

Este modelo de la comunicación reducida a información tiene, entre otras, las siguientes características: la comunicación es jerarquizada, unidireccional, hace descender información desde la alta jerarquía a los niveles inferiores para que éstos asuman determinadas conductas. Se concibe como un *insumo para la instrucción* de modo tal que, por ejemplo, el maestro “deposita” la información en los “alumnos”. Sirve para medir respuestas y no para evidenciar los procesos de cambios de actitudes. Estimula y premia el esfuerzo individual de las personas, sin rescatar las prácticas de la población. El *receptor* se considera un ser pasivo, así sea una persona o un colectivo. Los mensajes son unívocos, siempre están descontextualizados, no recogen los antecedentes, valoran lo único y desprecian lo diverso. Por ello, la consecuencia y en realidad lo que se busca con esta intención es uniformar a los perceptores y homogeneizarlos en el consumo de información. Asume el cambio como lo disfuncional, aboca por la permanencia.

El enfoque centrado en la comunicación

Este enfoque de la comunicación se abre camino poco a poco en instituciones de desarrollo social y en medios de comunicación alternativa. Aquí, la comunicación se concibe como una problemática que requiere ser abordada de manera interdisciplinaria, que es transversal al desarrollo social y cultural. Se preocupa por crear escenarios de intercambio y medios para la comunicación de saberes, conocimientos y

prácticas. En tal sentido, las tareas y el reconocimiento de las actividades comunicacionales compete a todos los participantes de los procesos de comunicación. Ello implica una permanente retroalimentación hacia la construcción colectiva de las propuestas de desarrollo.

Reconoce que hay intereses económicos y de poder para la toma de decisiones tanto en las instituciones como en las comunidades. El contexto de los hechos es importante en los mensajes que se producen, y, por tanto, orientan a los actores sociales en el diseño, formulación y ejecución de los proyectos de desarrollo social. Aboca por la comprensión de competencias, valores e imaginarios de todos los que intervienen en un proceso. No se parcializa a favor de los intereses individuales en detrimento del bienestar común.

La planificación de las acciones de comunicación tienen una intencionalidad educativa en la medida en que propician el reconocimiento de la diversidad cultural, el cambio de valores y actitudes hacia propuestas de desarrollo endógeno y reconoce la incertidumbre como una variable constante en la acción institucional y social.

Crítica al enfoque informacional

El enfoque centrado en la información es el que prevalece en muchos planes de desarrollo de municipalidades e instituciones. Así lo constata el siguiente análisis:⁴

En relación con el concepto y la práctica de cultura

·La cultura se reduce a folclor y a manifestaciones de la tradición local. Se concibe como productos culturales y se dejan de lado los procesos.

·La valoración de la cultura se hace homogeneizando los grupos de población, sin re-

⁴ La comunicación en la cultura y la comunicación en su dimensión educativa son temas que han suscitado diversas reflexiones, análisis, propuestas y sistematización de experiencias. Existe bibliografía sobre lo anterior, por tanto, este artículo no se ocupará de la conceptualización sino de la experiencia concreta del papel de la comunicación en programas de desarrollo de las condiciones de habitabilidad.

conocer las múltiples prácticas, identidades y territorialidades que están comprendidas en una localidad/región/país en sus áreas rurales y urbanas.

- El componente de cultura no contempla la educación ni la comunicación como aspectos integrados.

- La cultura como objeto de mercado tangible en las ofertas turísticas.

En relación con el concepto y la práctica de comunicación

- La comunicación es entendida como transmisión de información a través de medios. Es una visión mediática de la comunicación, valora sólo los productos comunicativos. No reconoce los escenarios de comunicación de la cultura (la familia, el vecindario, las instituciones, los escenarios de participación ciudadana) ni tampoco los procesos comunicacionales que están inmersos en las prácticas que conlleva la habitabilidad: producción, ocupación, uso y simbolización del espacio, reproducción económica, organización social en torno al mejoramiento de la habitabilidad.

- La concepción y realización de estrategias de comunicación es fragmentaria, y reproduce una visión segmentada del desarrollo.

- La comunicación se entiende para todo el desarrollo y para cada sector como difusión de información, imagen y mercadeo.

A propósito de la comunicación como componente del desarrollo social

- La comunicación no se asume en los principios y políticas del desarrollo. No hay participación de los actores sociales en la formulación de planes de comunicación. No se reconocen sus intereses. Se actúa con la premisa de que la comunicación es unidireccional (de la instancia de gobierno local o de directivas institucionales hacia la población) y no se plantean espacios para la retroalimentación con los

diversos grupos de población.

- Las dimensiones del desarrollo físico-espacial, económico, ambiental y

sociopolítico pasan por alto el carácter estratégico de la comunicación y, en muchos casos, no tienen en cuenta el carácter transversal de la educación y la comunicación en el desarrollo.

- La introducción de conceptos y metodologías de *gestión global* (democracia, cultura ciudadana, participación, gobernabilidad) se hace bajo esquemas que no reconocen las particularidades del contexto local.

- Los impactos de los planes de desarrollo, se miden con parámetros cuantitativos en los que importan los productos pero aun no se alcanzan a establecer los impactos en los procesos de desarrollo.

- Las acciones de comunicación contempladas no tienen en cuenta el contexto socioeconómico, ambiental y sociopolítico de los aspectos del desarrollo que pretenden intervenir.

- Prevalece en muchos planes de desarrollo local un enfoque de progreso material y unos criterios de inversión que sobrestiman la infraestructura física.

- La calidad de vida (concepto reiterativo en los planes de desarrollo) alude a muchos aspectos, carece de concreción. En la calidad de vida la dimensión de la comunicación interpersonal, intrafamiliar, comunitaria, institucional, no aparece como indicador de bienestar individual y colectivo ligado a la participación.

- Componentes del desarrollo local como el físico-espacial entienden la comunicación como vías y medios físicos para la integración de áreas, pero no reconocen la red de relaciones sociales que generan el uso y la apropiación del espacio, y que son intervenidas por los proyectos de desarrollo físico-espacial.

- A la comunicación se le encarga del cambio de *mentalidad* de la población para introducir modificaciones en las concepciones y prácticas del desarrollo que se quieren proponer o imponer.

- Los planes de desarrollo formulados con metodologías participativas por instituciones de gobierno local y organizaciones comunitarias, con el apoyo de organizaciones no gubernamentales, se diferencian de los planes de desarrollo formulados por expertos, en cuanto reconocen las características culturales y le dan un papel importante a los escenarios de acuerdos y toma de decisiones en los que la comunicación facilita una participación efectiva.

⁴ Plan Estratégico de Medellín 2015. Plan Colombia. Plan de Desarrollo del Municipio de Bello, 1998 – 2000. Plan de Desarrollo Zona Centrooriental. Plan de Desarrollo del Municipio de Envigado. Plan de Desarrollo del Municipio de Itagüí. Plan de Desarrollo del Municipio de Rionegro. Municipio de Sabaneta. Ejercicio elaborado con lo estudiantes del curso Comunicación para el Desarrollo. Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana, febrero – junio de 2001

A propósito de la comunicación como estrategia pedagógica

·El componente de educación no contempla la comunicación como dinámica permanente de los procesos educativos. La comunicación y la educación se fusionan sólo en campañas educativas, en las que se depositan una gran inversión y mucha confianza en los impactos a corto plazo.

·No se reconoce que la comunicación conlleva una práctica pedagógica con los medios y escenarios de comunicación para el aprendizaje.

En relación con la administración de procesos de comunicación

·Los programas y planes de comunicación de las municipalidades no consideran las escalas territoriales de actuación. Plantean un cúmulo de actividades, descoordinadas de las políticas y las metas de cada uno de los componentes del desarrollo local. No se consideran los diagnósticos de comunicación en la cultura local. No se aprovechan los procesos en torno a los cuales ya hay grupos de población organizada sino que se generan nuevos procesos de organización de pobladores, lo que concentra la participación en pocas personas y genera “activismo”.

·Las áreas del desarrollo institucional funcionan como enclaves independientes y tienen su valor si están dentro de la organización administrativa. La ampliación de servicios a la comunidad está condicionada a la creación de nuevas oficinas.

·Los indicadores de gestión comunicacionales no están explícitos, pero se pueden leer entre líneas como productos de comunicación: cantidad de videos, pasacalles, boletines, periódicos, programas de televisión, entre otros medios de comunicación.

·La comunicación reconocida por las instituciones es la que se crea a través de los canales formalizados de circulación de información. No se atiende ni se interviene la comunicación que no está formalizada en estructuras institucionales, y que constituyen los escenarios de comunicación de cada cultura.

·Las instituciones, medianas y grandes, otorgan autonomía a cada dependencia para el manejo de las estrategias de comunicación.

Pero, al carecer de una política unificada, caen en la dispersión de acciones y en la desarticulación. Esto no permite dirigir los esfuerzos hacia un objetivo común. Hay desaprovechamiento de recursos y descoordinación en la intervención.

·Las instituciones confunden autonomía en la formulación de estrategias de comunicación con el control absoluto de la información y la toma de decisiones.

·Las jerarquías de administración de las instituciones no son muchas veces el mecanismo de información más apropiado para establecer estrategias de comunicación o para evaluar sus impactos. Estas jerarquías no son -en muchos casos- las formas organizativas más aptas para que se configuren redes de comunicación interinstitucional en torno a problemáticas comunes de desarrollo.

urgen aquí unos primeros interrogantes que pueden ayudar a abrir el camino para que en las propuestas de desarrollo social se incorpore la comunicación como lugar de reflexión y de práctica: ¿Cómo plantear métodos de lectura y diseño de propuestas de comunicación que trasciendan el enfoque que reduce la comunicación a la transmisión de información, y la práctica de una comunicación extensiva (que lleva información de un polo emisor a otro que recibe)?, ¿cómo propiciar la construcción de escenarios y medios en los que puedan comunicarse y reconocerse los conocimientos y saberes de los diferentes actores sociales presentes en los procesos de desarrollo del hábitat?.

La comunicación desde la perspectiva de la interacción cultural

La sociedad genera de manera continua redes de comunicación (interacción, intercambio) que se materializan en los espacios físicos y en escenarios culturales. Son las formas de habitar. El hábitat lo conforman pues los escenarios lúdicos, de consumo cultural, la vivienda, el trabajo y la recreación. Son espacios permanentes o efímeros. Y en las formas de habi-

tar, se dan prácticas y procesos de comunicación que están presentes en la construcción colectiva de memorias, lenguajes y símbolos. Son prácticas que aportan a la construcción de un tejido social en la medida en que son formas de expresión y comunicación empleadas por las personas y las colectividades en sus relaciones sociales.

Estas gramáticas o lenguajes son resultado de relaciones de comunicación con el espacio y en el espacio. Expresan los significados que la población construye en las prácticas de habitabilidad. Es notable el esfuerzo de los pobladores y sus organizaciones para insertarse en el medio urbano, comunicarse con los demás asentamientos, con el centro de la ciudad. Esta necesidad de comunicación conlleva unas prácticas que vinculan a la población en el esfuerzo colectivo para mejorar sus condiciones de habitabilidad. Es el caso de los convites para la construcción del equipamiento comunitario; la ocupación del tiempo libre (paseos entre vecinos); solidaridad en los momentos difíciles (creación de organizaciones mutuales); vecindad (que va desde acogida al recién llegado hasta intercambio de servicios y de consejos). Son prácticas de comunicación que están presentes siempre y que le aportan sentido a las formas de habitar.

Así, un diagnóstico o lectura de estos procesos de comunicación permite que en la intervención sobre el hábitat se tengan en cuenta las formas como una cultura aprende y socializa diferentes saberes ligados a las formas de habitar, a sus tradiciones, sus esquemas mentales de percepción, los modos y medios de transmisión de valoraciones y normas así como sus prejuicios, estigmas, modos de sanción y control social, entre otras pautas de comportamiento individual y social.

Vale la pena mencionar que esta lectura de los procesos de comunicación se puede hacer con la observación e interpretación de los códigos de comunicación presentes en los usos del espacio y en las relaciones sociales que allí se dan. Estos códigos se expresan a través de los sentidos y de los hábitos. Así, los usos y apropiaciones que del espacio hacen las personas y los grupos de población, generan gramáticas

o, lo que es lo mismo, principios y normas que permiten a emisores y preceptores comprenderse en los procesos comunicacionales presentes en las formas de habitar.

La comunicación y el contexto social

Las acciones de comunicación son afectadas con frecuencia por el **contexto social** en el cual se interviene: transformación del aparato del Estado; cambios en las relaciones económicas entre países, regiones, ciudades, localidades; replanteamientos en las políticas de organización y administración del territorio; disminución de las oportunidades de acceso a bienes y servicios básicos para el desarrollo de la población (salud, educación, recreación, vivienda); globalización de la oferta de bienes culturales a través de los medios de comunicación masiva, entre otros.

El hábitat -como escenario de comunicación- está sufriendo fuertes cambios en su composición físico-espacial y sociocultural. Se trata, sobre todo, del hábitat urbano y, en éste, de ciudades en proceso acelerado de conurbación que integran regiones próximas. La trama del espacio, su ordenamiento, su planeación y administración prioriza el flujo, la circulación, la velocidad, la fragmentación, pero muy poco el encuentro, la contemplación, la interacción, en últimas, la dimensión comunicacional del espacio como construcción colectiva.

Estos cambios físico-espaciales del hábitat conllevan, a su vez, transformaciones en las **formas de habitar** -percepciones y vivencias de los pobladores-. Es notable una diferencia sustancial en las maneras como la población se relacionaba hasta hace algunos años con el espacio habitado. La aparición de nuevos *centros urbanos* que cumplen funciones residenciales en zonas suburbanas, condominios y unidades cerradas; de consumo en centros comerciales y de ocupación del tiempo libre en parques recreativos para grandes masas de población, entre otras, han sido transformaciones espaciales que han vuelto más efímeras las relaciones de comunicación⁵.

A estas transformaciones, se suman los cambios en las relaciones de la población con los gobiernos locales. El proceso de descentralización del Estado ha hecho que su comunicación con la población esté hoy mediada por diversos actores sociales como organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas, organizaciones sociales de diferente orden, agrupaciones de pobladores, medios de comunicación masiva. Son formas fragmentadas de participación que implican nuevos retos para que la población pueda acceder a escenarios de comunicación institucional donde se toman decisiones que afectan sus condiciones de habitabilidad como -por ejemplo- los macroproyectos de desarrollo vial.⁶

Retomando a Prieto Castillo (1988:45)⁷, las dinámicas de comunicación tienen lugar en un contexto social y en un marco de referencia inmediato o vida cotidiana. El contexto social está compuesto por las estructuras de la sociedad, en las que están presentes las ideas hegemónicas fundadas en cada formación social, ideologías, políticas estatales (normatividad), estructuras económicas, formas de institucionalización y organización de la población.

El marco de referencia corresponde a aspectos de la vida cotidiana (el cómo se asume el hecho de ser y estar en sociedad), los rituales y su ejercicio, a cómo se viven las relaciones económicas, políticas, religiosas y sociales. Es decir, a la red de relaciones de comunicación que se da por la constante interacción entre las personas y su entorno natural y construido. Son estas dinámicas las que se observan y analizan en el diagnóstico que antecede a la elaboración de planes de comunicación.

Así, una lectura y reconocimiento, interpretación e incorporación de esas prácticas de comunicación de la cultura a los planes de intervención en el hábitat, es la que permite entonces que se hable de una **comunicación estratégica**. Porque, por un lado, atraviesa las otras dimensiones del desarrollo, y por otro, su propósito es la articulación a las dinámicas locales. Su intencionalidad, por tanto, es educativa, pues está dirigida al cambio de actitudes y comportamientos en una colectividad, a la promoción

de valores y prácticas, en últimas, a la transformación de un estado de desarrollo actual.

Se puede entonces formular en este punto otro interrogante que ayude a trascender en la reflexión y en la práctica de la comunicación como acción social. Teniendo en cuenta estas dinámicas de la cultura (global, nacional, regional y local) ¿es posible pensar hoy escenarios de comunicación que aporten a la participación de los diferentes actores sociales en el desarrollo de sus condiciones de habitabilidad?⁸

La comunicación integradora

Toda intervención en las condiciones de habitabilidad de una población considera proyectos que rescatan, cambian, modifican, proponen alternativas de desarrollo en las dimensiones económica, ambiental, educativa, cultural, política...Y genera impactos favorables cuando logra integrar estas dimensiones y adecuarlas a las expectativas de desarrollo de los diferentes grupos de población.

En el programa de gestión social para la mitigación de los impactos generados por el proyecto hidroeléctrico Porce II⁹, se consideraron diferentes estrategias de comunicación integradas a las otras dimensiones de la intervención. Como ilustración, se pueden mencionar dos subproyectos. El primero, acerca de la *comunicación en la construcción y apropiación del nuevo hábitat*. Para el cumplimiento de los objetivos de este subproyecto, se consideraron las siguientes estrategias: información a través de medios

⁵ El grupo de comunicación urbana de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín, ha realizado uno de varios estudios proyectados acerca de las implicaciones del desarrollo físico en los escenarios comunicacionales de Medellín y el Área Metropolitana. Estas reflexiones sobre las transformaciones espaciales y sus incidencias en las relaciones de la cultura, son el eje de observación y análisis del estudio realizado en el barrio Belén Rincón por un grupo interdisciplinario con el apoyo de la Dirección de Investigaciones de la Universidad, (DIME), la Escuela del Hábitat-Cehap y su programa FORHUM, y el Postgrado en Planeación Urbano-Regional de la Facultad de Arquitectura. Este estudio fue coordinado por la arquitecta Johanna Vélez y el comunicador social Juan Carlos Ceballos, profesores de la Facultad de Arquitectura de esta universidad. Como investigadores invitados participaron los profesores de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana Hernán Escobar (sociólogo) y Ana Lucía Rico (comunicadora social). Como coinvestigadores, el arquitecto Juan Carlos Posada y el antropólogo Leoncio Cardona. Participaron también los estudiantes de comunicación social Clara Teresa Isaza, Ana Lía Baena, Adelaida Gómez y los estudiantes de arquitectura Nino Andrei Gaviria y Huber Polo.

⁶ Los resultados del estudio en Belén Rincón dan cuenta de los fuertes impactos que está sufriendo la trama comunicacional del espacio y la red comunicacional de la cultura por el proceso de densificación y expansión de la ciudad en áreas que hasta hace 15 años estaban localizadas en la frontera urbana.

⁷ Prieto Castillo, en su texto *Autodiagnóstico comunitario e institucional* (1988) presenta las pautas y el método para hacer esta lectura del contexto social y del marco de referencia en el que tienen lugar estos procesos de comunicación. El autor de este ensayo ha desarrollado el tema del diagnóstico de comunicación en *La Comunicación como estrategia de intervención en el hábitat* (<http://agora.unalmed.edu.co>)

de comunicación sobre el proceso constructivo del reasentamiento y en escenarios de comunicación pública como asambleas comunitarias, asambleas veredales, asambleas del comité de apoyo que representaba a las comunidades impactadas, reuniones del comité intermunicipal donde se congregaban las autoridades locales y funcionarios de los municipios comprendidos en el área de influencia del proyecto hidroeléctrico; realización de actividades culturales para la apropiación del nuevo hábitat; difusión de avances sobre el montaje y los resultados obtenidos en los proyectos económicos que se pusieron en marcha para el cambio de actividad económica de la población; capacitación, divulgación y socialización de conocimiento y experiencias.

Otro subproyecto que puede ilustrar es la *comunicación en la construcción de una sociedad local*. Aquí, se contemplaron, entre otras estrategias de comunicación, el diseño de medios y escenarios para la comunicación con la comunidad, el fortalecimiento de las relaciones entre las entidades, la organización comunitaria y la población impactada; la promoción de valores y prácticas comunicacionales para la convivencia; el mejoramiento de la capacidad de interacción con otras instituciones y organizaciones de la región; el apoyo a las organizaciones comunitarias en su capacidad de negociación y gestión; el autodiagnóstico comunicacional en las comunidades para actuar sobre problemas de comunicación interna y externa.

En este rápido ejemplo se ve que la comunicación puede cumplir un papel importante en la integración de conocimientos, técnicas y metodologías entre los profesionales de diferentes disciplinas que -por parte de las instituciones- llevan a cabo las intervenciones en las condiciones de habitabilidad. Asimismo, en la integración de las personas, grupos y organizaciones de las comunidades con la creación de escenarios de participación para la formulación y ejecución de planes de desarrollo.

Y, por supuesto, en la comunicación entre ambos actores: instituciones y comunidades.

La comunicación en la participación de la población

La comunicación es una acción social muy importante en los procesos de desarrollo, cuando es concebida para dinamizar la participación de los grupos de población en la toma de decisiones, sobre todo de aquellos actores sociales que no tienen acceso frecuente a los escenarios de comunicación y a las fuentes de información.

Cuando la comunicación promueve la participación, es posible que haya un cambio de actitudes y que se transformen comportamientos apáticos hacia la solución colectiva de los problemas de habitabilidad, que se cualifique la toma de decisiones al permitir el acceso a información que potencie una participación decisiva de la población en proyectos de impacto social.

Sin embargo, es necesario decir que -por lo general- las acciones de comunicación están dirigidas hacia la circulación de mensajes desde las instituciones hacia la población. Pero, muy poco se emplean para la creación de escenarios de comunicación en los que se expresen problemas, dudas, resistencias, propuestas, y se asuman compromisos por parte de los diferentes actores sociales.

Para la comunicación entre instituciones, organizaciones sociales y comunidades, los medios masivos de comunicación son válidos aunque no ofrecen tantas posibilidades porque sus contenidos y sus formas de comunicación están todavía regidos por criterios y esquemas de trabajo en los que poco importan los intereses y las formas de intercambio con las audiencias. Su acción está aun concebida bajo un enfoque informacional. Y el problema es que las instituciones y organizaciones depositan toda su confianza y sus recursos económicos en estos medios masivos con la difusión de campañas educativas. No se quiere decir con esto que los medios masivos sean ineficientes. Pero el tratamiento de la información y de las políticas que allí se tienen, no favorece mucho la interacción porque su práctica está más dirigida a la emisión de información, bajo una visión de la información

⁸ Sobre la práctica social de la comunicación y su dimensión educativa, Prieto Castillo (1996) hace aportes que son significativos para el enfoque de esta disciplina en relación con su papel en el desarrollo de nuestras sociedades latinoamericanas.
⁹ Programa de comunicación reasentamiento de Porce II, Antioquia, Colombia. Gestión Social de Empresas Públicas de Medellín, contrato ejecutado por la Corporación Antioquia Presente. Medellín, 1997.

como mercancía, de las fuentes de emisión como dueñas de una única verdad, y de los públicos como “consumidores”.

Cuando se piensa en la generación de procesos de comunicación entre instituciones y comunidades, las exigencias son otras. Para este fin, los medios de comunicación están obligados a cumplir con su carácter de **escenario social** que convoca a una colectividad para que participe en su devenir histórico: escenario cultural de encuentros, reconocimientos, intercambios, acuerdos y desacuerdos, reflexiones, debates, consultas, consensos y toma de decisiones.

Es claro que los medios de comunicación colectivos o institucionales son portadores de la palabra, y la palabra permite a cada ser humano autoexpresarse, reconocerse en el intercambio con el otro, afirmarse, cuestionarse, replantear conductas, integrar nuevos pensamientos, expresar sus sentimientos. Bajo esta mirada, los medios de comunicación juegan un papel importante en el aprendizaje de una cultura: potencian su capacidad educadora y liberadora porque son un escenario que tienen las sociedades para la promoción de condiciones dignas del hombre y de la mujer.

Ahora: ¿Otros medios de comunicación por el hecho de ser comunitarios o institucionales sí facilitan las relaciones entre diferentes actores sociales? Tampoco es cierto. Muchas veces esos medios son manejados por las instituciones o por grupos de población bajo los mismos criterios y esquemas de organización de contenidos, selección de información, redacción, que los medios masivos, sin que haya vías posibles de retroalimentación entre emisores y perceptores. Acaban diferenciándose muy poco del modo en que operan los medios masivos, aunque su contenido sea distinto.

Con todo, los medios de comunicación masiva y los que tienen una cobertura local o comunitaria, tienen, en esencia, una gran capacidad educativa no sólo por la cantidad de información enciclopédica y científica que puedan difundir sino -sobre todo- porque su producción está hecha y es pensada en un contexto social y en un marco de referencia inmediato o

vida cotidiana, donde se dan la producción y re-producción de valores, pensamientos, conductas, símbolos, paradigmas, prototipos, estigmas y todo aquello que caracteriza la manera de ser, pensarse y hacer del hombre y de la mujer en sociedad. Medios de comunicación así, son los que unen a emisores y perceptores en un mismo campo de relaciones, en un universo común que permite el entendimiento, el intercambio de ideas, la construcción de sentidos, la apropiación o rechazo de mensajes, en últimas, la comunicación.

Después de hacer alusión a los medios de comunicación, se puede plantear el siguiente interrogante: ¿Cuáles cambios en los enfoques y en las prácticas de intervención requieren las instituciones para que la comunicación no sea sólo una herramienta de difusión de lo que hacen sino para construir escenarios en los se promueva y apoye la participación y el reconocimiento cultural de los diversos actores sociales?

A modo de conclusión

Como se ha dicho, aparte de los medios de comunicación, en la cultura existen *escenarios* en los que tienen lugar prácticas de comunicación entre diversos actores sociales.

Son escenarios físicos donde el espacio tiene grandes atributos comunicacionales, y también a escenarios sociales que permiten múltiples interacciones entre las personas, los grupos sociales y las instituciones alrededor de diferentes prácticas de la cultura como la formación y capacitación, la agrupación en torno a la solución de un problema común, la ocupación del tiempo libre, el intercambio económico y de bienes simbólicos, la intervención sobre su entorno habitacional, entre otros.

Toda cultura posee estos *escenarios* comunicacionales. Es el caso -por ejemplo- de una actividad cultural, una feria de comercialización de productos, una campaña de vacunación, un convite para la construcción de vivienda o equipamiento comunitario, un encuentro de vecinos, una reunión de familias o de jóvenes, un foro, una actividad educativa. Son *escenarios* que por

su gran capacidad de producción de mensajes, de circulación de información, de construcción de “sentidos sociales” cumplen un papel destacado en la comunicación estratégica.

Se ha visto que cuando la comunicación es concebida como acción de las políticas, planes, programas y proyectos de desarrollo social, se hace referencia a una *comunicación estratégica*, es decir, aquella que se apoya en el diagnóstico y la planeación participativa con el fin de tener un mayor impacto. Pero, vale la pena aclarar, esta planeación no es un esquema fijo, inamovible, como un recetario de resultados infalibles en todos los casos. No se trata de un listado de productos comunicacionales que se preven para ser elaborados siguiendo un cronograma. Se habla de procesos comunicacionales, algunos de ellos acaban en productos impresos, audiovisuales, por ejemplo, pero otros son dinámicas que se desatan y que no son posibles de medir de manera cuantitativa, es decir, que exigen indicadores de gestión cualitativos.

Esto permite decir, entonces, que la comunicación para el desarrollo del hábitat, aunque se planea como estrategia de intervención por parte de una institución, es una práctica de la cultura, sujeta a los cambios propios de ésta.

Bajo este enfoque, los impactos que se logran en las acciones y procesos de comunicación, obedecen a que son antecedidos por la reflexión e interpretación de las dinámicas comunicacionales de la población, y se da una sistematización analítica de las experiencias en procura de una elaboración conceptual. No prima el deseo o la obligación tácita de actuar, de mostrar resultados inmediatos, o lo que se conoce como “activismo”.

La creación de medios impresos o audiovisuales; la promoción de eventos que son o rescatan escenarios de comunicación cultural como festivales, retretas, actividades lúdicas en espacios públicos; la elaboración de propuestas que contribuyan al diseño y

planeación de espacios físicos que faciliten la comunicación e interacción; la realización de proyectos de capacitación...; todo lo anterior es resultado de dinámicas comunicacionales que se propician desde una comunicación como estrategia integradora de procesos sociales, económicos, físicoespaciales y ambientales.

Por esto, la gestión comunicacional está orientada por criterios cualitativos y su impacto se establece no por la cantidad de productos comunicativos que se hagan sino por los procesos que se dinamizan. Se apoyan en técnicas comunicacionales, pero son un medio, no el fin.

Si cuando se ejecutan las acciones de comunicación, se desconocen estos principios de la comunicación estratégica, es posible que los resultados sean productos comunicativos vacíos de sentido para una cultura, sin ningún nexo con la historia de las personas y de los pueblos. Que no comunican porque no fueron pensados para la interacción de saberes sino para la emisión unidireccional de información. No fueron concebidos para propiciar identidades y sentidos sino para emitir.

Cuando esto ocurre, las instituciones y las comunidades acaban entonces con los anaqueles repletos de productos comunicativos que no son portadores de encuentros, de experiencias y saberes. Que no liberan al individuo de su condición de receptor pasivo de informaciones con las cuales apenas se siente próximo. Que no integra los conocimientos académicos y empíricos de las personas de la comunidad y de quienes trabajan con ella en proyectos de desarrollo. Es una comunicación que no propicia ningún proceso de educación liberadora, entendida ésta como la oportunidad que hace que cada uno emerja de la oscuridad y entre al mundo del asombro, del encuentro con el otro, y con los otros, que vea con nuevos ojos lo viejo y descubra lo nuevo en el continuo fluir del tiempo.

Bibliografía

- Alfonzo, Alejandro, 1995: “La Ciudad como espacio de comunicación” en *Seminario Comunicación y Ciudad, Memorias del Seminario Comunicación y Ciudad*, Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Augé, Marc, 1994: *Los “No Lugares”, Espacios del Anonimato*, Barcelona: Gedisa.
- Ceballos Guerra, Juan Carlos, 2000: *Como la vida resulta : una historia de damnificados en Medellín*, Colección Autores Antioqueños No. 129. Medellín: Secretaría de Educación y Cultura de Antioquia.
- _____. 1994: *Procesos de comunicación: escenarios y prácticas*, Medellín: Trabajo de Grado en Comunicación Social, Facultad de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana.
- _____. 1999: “La comunicación en la gestión participativa del desarrollo” en *Revista Comunicación*, Medellín: Facultad de Comunicación Social. U.P.B..
- _____. 2000: “El restablecimiento de las condiciones de habitabilidad: un proceso de y para la comunicación” en *Ensayos Forhum No. 15*, Medellín: Cehap, Universidad Nacional de Colombia.
- _____. 2000: “La comunicación como estrategia de intervención en el hábitat” en *Hipertexto en hábitat*, Medellín: Cehap, Universidad Nacional de Colombia. <http://agora.unalmed.edu.co>
- Ceballos Guerra, Juan Carlos y Vélez Rueda Johanna, 2000: *Impactos de las intervenciones físicas en los espacios de la ciudad y en sus escenarios de comunicación cultural, El caso de Belén Rincón*, Medellín: CEHAP, CINDEC, Posgrado en Planeación Urbano – Regional, Programa Forhum Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín.
- S/a, 1996: “Comunicación - Educación: una relación estratégica” en *Revista NÓMADAS No.5*, Bogotá: Fundación Universidad Central.
- S/a, 1993: “Comunicación y Educación: formación -con- formación” en *Revista Signo y pensamiento No.23*, Bogotá: Facultad de Comunicación Social Pontificia Universidad Javeriana.
- Luhmann, Nicklas y otros, 1996: *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Anthropos.
- Marc, Edmond, 1992: *La interacción social : cultura, instituciones y comunicación*, Piados.
- Mattelart , Armand, 1981: *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. México: Siglo XXI.
- Martin Barbero, Jesús, 1987: *De los medios a las mediaciones : comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili.
- _____. 1997: *Proyectar la Comunicación*, Santafé de Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Medina Cano, Federico, 1990: “¿Desde dónde estamos pensando la comunicación ?, en *Revista Universidad de Medellín*, No.54.
- Memorias del Seminario Comunicación y Ciudad, 1995, Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana. p. 7-14.
- Moles, Abraham, 1975: *La comunicación y los mass media*, Bilbao: Mensajero.
- Múnera L. María Cecilia, 1994: *Hacia un desarrollo no convencional*, Medellín: CEHAP- Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín.
- S/a, 1996: “*Pedagogía y Educación Popular*” en APORTES No.41. Dimensión Educativa. Bogotá.
- Seminario Taller Comunicación Alternativa para una cultura comunitaria. San Pedro de los Milagros : Agosto 20-22, 1992. Memorias. Secretaría de Educación y Cultura de Antioquia. Medellín, 1992.
- Silva, Armando, 1992: *Los imaginarios urbanos*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Rubio Angulo, Jaime, 1993: “La ciudad : lugar y símbolo de comunicación” en *Signo y Pensamiento*, No. 22. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, SEDE MEDELLIN - FACULTAD DE ARQUITECTURA. Asociaciones para la vivienda. Sistematización y Análisis de los Procesos Comunitarios en la Asociación «Mi Casita, Asociación Horizontes, Zona de riesgo El Picacho. Medellín: Centro de Estudios del Hábitat Popular-CEHAP, 1991. (inédito).
- Ulloa, Alejandro, 1994: “Cultura, Identidad y Comunicación” en *Revista Diálogos de la Comunicación* No.38. Felafacs.