

**DISEÑO Y MONTAJE VIRTUAL DE LA ASIGNATURA
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN SOCIAL II
DEL PROGRAMA ACADÉMICO
DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO DE LA
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA DE BUCARAMANGA:
UN ACERCAMIENTO A UN MODELO BASADO EN COMPETENCIAS**

JESSICA PAOLA ALFÉREZ RUIZ

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
2009**

**DISEÑO Y MONTAJE VIRTUAL DE LA ASIGNATURA
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN SOCIAL II
DEL PROGRAMA ACADÉMICO
DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO DE LA
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA DE BUCARAMANGA:
UN ACERCAMIENTO A UN MODELO BASADO EN COMPETENCIAS**

JESSICA PAOLA ALFÉREZ RUIZ

**Trabajo de Grado para optar el título de
Comunicador Social - Periodista**

**C.S. OLGA BEATRIZ RUEDA BARRIOS
Director**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
2009**

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bucaramanga, 1 de Febrero de 2009.

AGRADECIMIENTOS

¡Hoy es un gran día en mi vida! Gracias a mi profesora y directora de trabajo de grado Olguita Rueda y a mi familia por haberme dado el apoyo pero en un sentido más amplio y verdadero de la palabra, ustedes me han otorgado el privilegio de tenerlos en mi vida. Alguna vez dijo el poeta: “hay momentos en la vida de todo hombre en que éste vislumbra la eternidad”. Eso es lo que estoy viviendo en este momento tan importante para mi vida profesional y personal. ¡Que mayor honor puede existir en la vida de un ser humano y construir cada día bases para no derrumbarlo!

Doy gracias a mis compañeros porque juntos hemos recorrido un buen trecho de nuestras vidas como es la época universitaria y hemos compartido los éxitos y los fracasos en el aspecto profesional y personal, así como las alegrías y las tristezas que el acontecer cotidiano nos ha deparado el destino.

Y tengo la satisfacción de compartir este paso tan importante y el orgullo de poder decir que mis éxitos y triunfos son parte de mis padres Álvaro y Myriam, mis abuelos Manuel Antonio y Myriam, mis dos hermanitos Alvarito y Pablito y de mi única tía y amiga Omaira, porque ellos me han formado para construir un buen futuro lleno de valores y virtudes.

Así que este logro se lo dedico a ustedes que durante diferentes momentos de mi vida me han enseñado lo valioso que es tener siempre al lado un punto de apoyo como es el de mi familia.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. OBJETIVOS	15
1.1 OBJETIVO GENERAL	15
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
2. JUSTIFICACIÓN	16
3. MARCO CONTEXTUAL	18
4. MARCO TEÓRICO	19
4.1 ESTILOS DE APRENDIZAJE	19
4.2 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	29
4.3 GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	29
4.4 TIC'S Y UTILIZACIÓN DE RECURSOS	31
4.5 METODOLOGÍAS DE DISEÑO INSTRUCCIONAL PARA PROGRAMAS DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS	35
5. METODOLOGÍA	37
6. DISEÑO INSTRUCCIONAL PARA LA ASIGNATURA	38
6.1 INFORMACIÓN DE LA ASIGNATURA	38
6.2 DISEÑO INSTRUCCIONAL	39
6.3 DIAGRAMA SECUENCIAL DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	39
6.4 COMPETENCIAS POR NIVELES DE FORMACIÓN PARA ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO	43
6.5 ESTRUCTURACIÓN MODULAR	45
6.6 PLANEACIÓN CURRICULAR	46
7. DISEÑO Y MONTAJE DEL CURSO VIRTUAL	54
8. PRESUPUESTO	58
9. CONCLUSIONES	59

10. RECOMENDACIONES	60
BIBLIOGRAFIA	64
BIBLIONET	66
GLOSARIO	67
ANEXOS	69

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Competencias por niveles	44
Tabla 2. Competencias de aprendizaje	45
Tabla 4. Estilos de Aprendizaje de Felder y Silverman	48
Tabla 5. Estrategias técnicas	49
Tabla 6. Plan de Actividades para el desarrollo de la asignatura Organización y Gestión Social II	49

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Diseño Instruccional	39
Figura 2. Objetivo de aprendizaje de Organización y gestión social II	38
Figura 3. Actividades de Aprendizaje	39
Figura 4. Estructuración Modular	46
Figura 5. Plantilla Principal	55
Figura 6. Reseña	56
Figura 7. Diseño Instruccional	56
Figura 8. Módulos	57
Figura 9. Enlaces virtuales	58
Figura 10. Galería de imágenes	58
Figura 11. Videos	59
Figura 12. Bibliografía	59
Figura 13. Créditos	57

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: DISEÑO Y MONTAJE VIRTUAL DE LA ASIGNATURA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN SOCIAL II DEL PROGRAMA ACÀDEMCO DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA DE BUCARAMANGA: “UN ACERCAMIENTO A UN MODELO BASADO EN COMPETENCIAS”

AUTORE(ES): JESSICA PAOLA ALFEREZ RUIZ

FACULTAD: COMUNIACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

DIRECTOR(A): OLGA BEATRIZ RUEDA

RESUMEN

Este trabajo trata específicamente de la transformación de la educación tradicional a la educación multimedia o virtual, abordada a partir de la necesidad de incorporar Tecnología de Información y Comunicación (TIC`s) en los procesos de aprendizaje y la utilización de plataformas virtuales basados en un diseño Instruccional y una educación por competencias desde la razón de ser de La Institución, hasta la formación básica que precisamos las personas, la forma de enseñar y de aprender, hasta las infraestructuras y los medios que utilizamos para ello. Con estas incorporaciones en La Educación Superior, aparecen nuevos ambientes de aprendizaje que no parece que vayan a sustituir a las aulas tradicionales, pero que vienen a complementarlas y a diversificar la oferta educativa. La incorporación de nuevas tecnologías implica una transformación y un reto para la Organización en el proceso de enseñanza- aprendizaje, dependerán en gran medida del escenario de aprendizaje, es decir, el marco espacio-temporal en el que el estudiante desarrolla actividades de aprendizaje. De igual manera, el rol del docente-educador también cambia en un ambiente rico de Tecnología de Información y Comunicación (TIC`s), el profesor deja de ser el profesor deja de ser fuente de todo conocimiento y pasa a actuar de guía y de tutor de los estudiantes para facilitarles el uso de recursos y herramientas que necesitan para explorar y elaborar nuevos conocimientos y destrezas, pasa a actuar como gestor de recursos de aprendizaje y a acentuar su papel de orientador y mediador.

En el En el presente documento se registra el diseño y el montaje del curso virtual de la asignatura de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Organización y Gestión social II, donde se procura que el estudiante tenga una experiencia agradable y que a su vez se cumpla con los objetivos principales basados en los programas formación por competencias.

PALABRAS CLAVES: EDUCACIÓN, TIC`S, DISEÑO INSTRUCCIONAL, ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN SOCIAL II.

OVERVIEW OF WORK DEGREE

TITLE: DESIGN AND VIRTUAL EDITION OF THE SUBJECT, ORGANIZATION AND SOCIAL MANAGEMENT II OF THE ACADEMIC PROGRAM OF SOCIAL COMMUNICATION - JOURNALISM OF UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA AT BUCARAMANGA. AN APPROACH TO A MODEL BASED IN COMPETENCIES

AUTHORS: JESSICA PAOLA ALFEREZ RUIZ

FACULTY: Faculty of Social Communication

DIRECTOR (A): OLGA BEATRIZ RUEDA

ABSTRAC

This paper deals specifically with the education of transformation of traditional education to the virtual education or multimedia. approached from the needing to incorporate Information Technology and Communications (ITCs) in the processes of learning and the use of virtual platforms based in Instructional design and a education based on competencies since the reason of being of the institution, to the basic training that we need the people, the way of teaching and learning, to the infrastructures and the means we use for this. With these additions in Higher Education, appearing new learning environments that seems to be no substitute for traditional classrooms, but that come to supplement them and to diversify the educational supply. Incorporating New Technologies implies a transformation and a challenge for the organization in the teaching-learning process, will depend largely on the learning stage, to say, the space-time where the student develops learning activities and similarly the role of teacher-educators also changes in a rich environment of Information Technologies and communication (ITCs)

The teacher let alone of becoming the source of all knowledge and becomes a guide and tutor of students in order to facilitate the use of resources and tools they need to explore and develop new knowledge and skills, he acts as manager of learning resources and enhance its role as facilitator and mediator.

The present paper records the design and assembly of the course of the subject of the eighth semester in the faculty of journalism and mass communication, organization and social management 2 where it is ensured that the student has an enjoyable experience and that in turn will meet the primary objectives based on skills training program.

Keywords: Education, ITCs, Instructional Design, Organization and Social Management.

INTRODUCCIÓN

Cada vez es más evidente el desafío de una educación globalizada, en ese sentido, las instituciones de educación superior han comenzado a considerar la necesidad de incorporar tecnología en los procesos educativos, con el fin de desarrollar nuevas formas de aprendizaje, de interacción y fuentes de información.

El uso de las Nuevas Tecnologías genera hoy en día un cambio importante en el sistema educativo, que de forma progresiva integra el E-Learning como complemento de la formación tradicional (presencial) y de la educación a distancia.

El objetivo principal es desarrollar un ambiente virtual dirigido a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social – Periodismo de la UPB desde la asignatura Organización y Gestión Social II, quienes tendrán como novedad la modalidad virtual para el desarrollo del curso, con el ánimo de propiciar el uso de las nuevas tecnologías, además de la posibilidad de diseñar el currículo basado en la formación por competencias.

Con este proyecto se espera entregar el diseño y montaje de la asignatura, de manera que la experiencia a futuro sea puesta en marcha, como una propuesta novedosa que fortalezca el aprendizaje colaborativo, autónomo y auto-evaluativo.

La formación por competencias busca integrar el conocimiento teórico con el desarrollo de habilidades prácticas dentro del campo profesional, de manera que el estudiante pueda aplicar en contextos determinados los conceptos teóricos abordados en el proceso enseñanza – aprendizaje. En ese sentido, el propósito de este proyecto consiste en realizar un diseño instruccional para la asignatura Organización y Gestión Social II, acercándose a un modelo de formación basado en competencias, mediado por las Tecnologías de Información y Comunicación, para permitir el aprendizaje significativo y personalizado del contenido temático de la materia y la construcción de un objeto de aprendizaje acorde con los estándares de E-Learning.

La decisión sobre la asignatura objeto del proceso de diseño y montaje de forma virtual, obedeció a criterios como la flexibilidad, la tutoría del docente y su

conocimiento en ambientes virtuales, además del semestre en que se ofrece, de manera que los estudiantes tienen un conocimiento previo sobre la fundamentación conceptual de las TIC's (Tecnologías de La Información y las Comunicaciones), que se centra en sucesos educativos de los cambios tecnológicos y en los nuevos aprendizajes, temas abordados en Comunicación e Información III, lo que permitiría un bagaje teórico desde donde se reconoce la relación comunicación – educación y su aporte desde las Nuevas Tecnologías, es así como este documento pretende evidenciar la propuesta metodológica desde la formación por competencias, siendo este el resultado de un proceso de educación integrado por habilidades y conocimientos como saber, saber-hacer, saber-ser, saber-emprender lo que permite una ruta adecuada para el abordaje de la asignatura Organización y Gestión Social II en una plataforma virtual.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un ambiente virtual para la asignatura Organización y Gestión Social II, basado en el acercamiento a un modelo por competencias, desde donde se propicie el uso de las Nuevas Tecnologías como un aporte importante en la relación comunicación – educación.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incorporar el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación en el montaje virtual de la asignatura Organización y Gestión Social II.
- Realizar un diseño Instruccional de la asignatura Organización y gestión Social II, por medio de un modelo de formación basado por competencias.
- Determinar las estrategias pedagógicas y didácticas para desarrollar el montaje virtual de la asignatura Organización y Gestión Social II.

2. JUSTIFICACIÓN

La formación por competencias es un tema importante en la actualidad, especialmente en Colombia, donde los diseños curriculares pretenden ser abordados desde esta metodología tanto en la educación superior como en la enseñanza media, donde se ha implementado la concientización y aplicación de las competencias ciudadanas; es así como el Ministerio de Educación ha desarrollado esfuerzos por tener un mayor conocimiento de la dinámica educativa, además de las demandas locales, nacionales e internacionales, en ese sentido. Vale la pena mencionar el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación y el surgimiento de programas virtuales ante la necesidad de ofrecer alternativas viables de formación que no requieran la presencialidad, permitan la interculturalidad y el libre acceso, entre otras características.

El learning space se define básicamente como aprendizaje electrónico:

“desde la perspectiva de su concepción y desarrollo como herramienta formativa, los sistemas de e-learning tienen una dualidad pedagógica y tecnológica. Pedagógica en cuanto a que estos sistemas no deben ser meros contenedores de información digital, sino que ésta debe ser transmitida de acuerdo a unos modelos y patrones pedagógicamente definidos para afrontar los retos de estos nuevos contextos. Tecnológica en cuanto que todo el proceso de enseñanza-aprendizaje se sustenta en aplicaciones software, principalmente desarrolladas en ambientes Web, lo que le vale a estos sistemas el sobrenombre de plataformas de formación. Desde la perspectiva que ofrece la experiencia en el desarrollo y explotación de plataformas E-Learning, podríamos aventurarnos a dar nuestra propia definición de E-Learning como la capacitación no presencial que, a través de plataformas tecnológicas, posibilita y flexibiliza el acceso y el tiempo en el proceso de enseñanza-aprendizaje, adecuándolos a las habilidades, necesidades y disponibilidades de cada discente, además de garantizar ambientes de aprendizaje colaborativos mediante el uso de herramientas de comunicación síncrona y asíncrona, potenciando en suma el proceso de gestión basado en competencias.”¹

Un curso de learning space, básicamente facilita la distribución de materiales formativos y herramientas de comunicación para crear un entorno para el aprendizaje, por medio de esta tecnología un estudiante tiene acceso a programas interactivos en formato Web, que de una manera dinámica y apoyados en las

¹ GARCIA PEÑALVO, Francisco. Estado actual de los sistemas e-learning. Universidad de Salamanca. On line. Consultado 10 de septiembre de 2.008. Disponible en: http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_06_2/n6_02_art_garcia_penalvo.htm

TIC's, permiten la colaboración y discusión online de los cursos de su interés.

Al implementar la propuesta de “Diseño y montaje virtual de la asignatura Organización y Gestión Social II del Programa Académico de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga: Un acercamiento a un modelo basado en competencias” se pretende abordar una experiencia piloto que permita la inclusión de este tipo de programas a la oferta formativa de la Institución Académica, de esta manera se logra que los estudiantes puedan explorar y navegar en la información basados en sus intereses propios, también podrían trabajar de forma individual a su propio ritmo y tiempo destinado para ello, participando de espacios de discusión virtual, donde exista aprendizaje colaborativo basado en el modelo de competencias.

Es importante agregar que esta metodología permite que los estudiantes desarrollen trabajo autónomo, aunque es claro que los tutores tienen un reto aún mayor por el tiempo de dedicación y el esfuerzo que implica el seguimiento personalizado a cada uno de los actores involucrados.

La incursión en las TIC's hacen parte del proceso de formación de los comunicadores sociales, y más aún, son una necesidad obligada en el ejercicio profesional, por lo tanto, esta propuesta pretende visibilizar el diseño y montaje, pero también evidencia la simbiosis indisoluble, y cada vez más latente, de la comunicación y la educación. Por otra parte, existe la necesidad de que las Unidades Académicas de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga realicen propuestas de currículos virtuales, que en el mediano plazo, proyecten a La Institución en la oferta de programas virtuales dada la tendencia mundial.

Partiendo del hecho que hoy en día el uso de las Nuevas Tecnologías ha generado cambios importantes en el contexto educativo, la Universidad Pontificia Bolivariana ha encaminado estos nuevos procesos formativos de enseñanza-aprendizaje con el programa de formación basada por competencias, por lo tanto para la comunidad Bolivariana el uso de la herramienta del software de E-Learning Space surge para los estudiantes y profesores como una gran ayuda para este proceso, pues permite estructurar un conocimiento que aproxima al estudiante a una formación integral mediante un método interactivo e instruccional para alimentar su búsqueda investigativa e interpretativa.

3. MARCO CONTEXTUAL

La sociedad de hoy presenta retos a las Universidades para un mejor desarrollo del país, entre ellos se encuentra la introducción de nuevos métodos educativos que permitan una formación por competencias para el desarrollo de la autonomía, la creatividad y la capacidad de argumentación y de investigación en la nueva alternativa para la educación superior como es el aula virtual.

El inicio de la virtualidad en Colombia podría considerarse en el año 1998, año en que suceden diversos acontecimientos que parecen marcar un mito.

Pero para apreciar la importancia social de cualquier fenómeno cultural es necesario hacer un recuento histórico. En la educación superior, existe hoy la invasión de un fenómeno, se trata del mundo de la virtualidad, la construcción de nuevas realidades tecnológicas como la tecnología digital, el ciberespacio, la multimedia, redes informáticas y las telecomunicaciones.

La computadora ha permitido a un grupo de personas o a una persona entrar en el ambiente virtual, donde se accede a la búsqueda de información, la capacidad de creación y de conocimiento. Las nuevas tecnologías tienen una transformación dinámica en la vida cotidiana para el mejoramiento de la calidad de vida del ser humano.

En la educación tradicional, a los alumnos les tocaba adecuarse a un sistema de cumplimiento de horario, espacio en aula cerrada y calendarios, en cambio desde las nuevas tecnologías, el sistema educativo es diferente al tradicional, se eliminan las paredes del aula, se cambia el profesor por el tutor, es un sistema versátil, abierto y flexible ajustado a cada estudiante con estrategias pedagógicas de autogestión, autoevaluación y autoformación.

“En los últimos años el fenómeno de lo “virtual” ha penetrado el ámbito de la educación, utilizando nombres como universidad virtual, ciberuniversidad, universidad online, etc., numerosas universidades en diferentes países ofrecen programas con esta metodología, que son seguidos por miles de estudiantes en todo el mundo. Cualquiera puede matricularse desde su casa en un programa ofrecido por una universidad de otro país situada a miles de kilómetros de distancia y obtener un título de pregrado o posgrado, con los solos requisitos de pagar, contar con un equipo que le permita comunicarse vía Internet y realizar el proceso de aprendizaje diseñado por la universidad”².

² GONZALEZ ALVAREZ, Luis José. LORA SFER, Amaury. MALAGON PLATA, Luis Alberto. La Educación Superior a distancia. Primera Edición, año 2000. Bogotá D.C Colombia.

La educación virtual finalmente es un avance que contiene escenarios individuales o grupales de aprendizaje en los que las distancias espaciales entre los estudiantes y entre los profesores son por medio de los computadores y los avances tecnológicos, con la creación de sistemas de interacción para una mejor retroalimentación de conocimientos.

“En el campo de la educación superior esta nueva realidad tecnológica ha dado lugar a la proyección de un nuevo modelo de universidad denominado “Universidad Virtual”, que ofrece posibilidades revolucionarias para la educación en diferentes aspectos: Adaptación del proceso educativo al ritmo y las posibilidades de los estudiantes, mayor creatividad y cambios en cualquier momento del proceso, acceso inmediato a bibliotecas y centros de documentación distantes, posibilidad de interrelación con expertos de cualquier parte del mundo, posibilidad de cursar un programa ofrecido por una universidad de otro país sin necesidad de viajar, ampliación del radio de acción de las universidades, mejoramiento de la oferta de cursos de extensión y educación continuada a bajos costos.”³

Este fenómeno tecnológico como es el de la virtualidad, es una revolución de las formas de comunicación, socialización y una construcción del conocimiento. En Colombia, la educación virtual comenzó de la mano con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y las universidades que conforman la Red José Celestino Mutis, mediante clases satelitales producidas en México. Este fenómeno parte de dos instituciones que comienzan a ofrecer programas de pregrado soportados en tecnologías virtuales: un programa en la Universidad Militar Nueva Granada (Instituto Oficial) que hace desarrollos nacionales tanto en contenido como en tecnología y la Fundación Universitaria Católica del Norte (privada), creada específicamente como una universidad totalmente virtual, la primera de su género en el país. De otra parte, en diversas instituciones, entre ellas la Universidad Nacional, se propone e inicia el desarrollo de cursos en línea, en los cuales se hace gran énfasis en el contenido y en la perspectiva de lo público y no sólo en la tecnología. Simultáneamente en ese año, la Universidad de los Andes inicia un proyecto piloto denominado SICUA (Sistema Interactivo de Cursos Diversidad de los Andes); en Bucaramanga la Universidad pionera en el montaje de programas virtuales ha sido UNAB Virtual, ofreciendo programas en pregrado y posgrado, catalogado en septiembre de 2.006 como el mejor sitio en educación virtual de Colombia de los Premios Colombia en Línea, UNAB virtual participó entre 37 postulados obteniendo en primera instancia la nominación junto con la Universidad Externado de Colombia y Latincampus, adicionalmente, en días pasados UNAB Virtual, fue reconocido como el mejor sitio de educación virtual en línea (e-learning) del país en los premios Colombia en línea 2008 promovidos por la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (Ccit), la Casa Editorial El Tiempo y el Ministerio de Comunicaciones.

³ Ibíd.

En la categoría “Mejor sitio de educación virtual en línea (e-learning)”, además de UNAB Virtual (www.unabvirtual.edu.co) fueron nominados E-Sanitas Soluciones Educativas (www.e-sanitas.edu.co) y Comunidad de Aprendizaje Sena (www.senavirtual.edu.co) un sitio que ha capacitado a más de mil colombianos en los cursos que ofrecen en diversas áreas, cursos presenciales y virtuales.

La directora de UNAB Virtual, María Mercedes Ruiz Cediél, señaló que “es un reconocimiento al trabajo que hace la Universidad en educación virtual, incorporación de tecnologías, a la manera de vincular y trabajar con diferentes equipos interdisciplinarios que faciliten una mirada desde la parte de ingeniería, comunicación, la parte estética y gráfica de los diferentes actores que están en todo este proceso. Es un reconocimiento a un esfuerzo institucional, a una forma de trabajo y a una manera de creer cómo debemos ir avanzando en todo lo que es la educación virtual y el Portal es nuestra ventana, nuestra relación con los demás, la oportunidad de interactuar y conocernos mutuamente, de sentir que nosotros y los estudiantes estamos cercanos... la principal fortaleza de la Institución es “tener una conciencia común en términos de qué entendemos por educación virtual, cómo la queremos hacer, cómo la soñamos, cómo nos esforzamos cada día por generar procesos que realmente contribuyan a la formación y actualización de nuestros maestros quienes son los que están interactuando permanentemente con los estudiantes, pero también en la formación de nuestros estudiantes, de cómo generamos materiales cada vez más dinámicos e interactivos que de manera sencilla pero asertiva logren estimular el aprendizaje y generen otras formas de aprender”⁴.

UNAB virtual surgió como una idea de un equipo especializado en educación, comunicación y tecnología con el propósito de implementar programas y cursos virtuales a los estudiantes, profesores y profesionales con un modelo pedagógico.

El modelo de educación virtual de la UNAB es un tipo de aprendizaje abierto que durante varios años ha concebido el desarrollo efectivo de un aprendizaje de forma virtual, tanto así que actualmente tienen tres ámbitos fundamentales: los programas académicos de pregrado y postgrado, programas sociales relacionados con la implementación de tecnología en los procesos educativos escolares y proyectos empresariales de formación y capacitación.

La UNAB virtual cuenta con el apoyo de la Universidad Autónoma de Bucaramanga y con el apoyo directo del Ministerio de Educación y actualmente tiene tres programas de pregrado: Contaduría Pública, Administración de Empresas y Literatura; cuenta con dos Maestrías en convenio con el ITESM, otras dos Maestrías en convenio con la Universidad Oberta de Cataluña (UOC), una

⁴ Universidad Autónoma de Bucaramanga. Noticias UNAB. On line. Consultado en Noviembre 14 de 2.008. Disponible en: http://caribdis.unab.edu.co/portal/page?_pageid=233,570687&_dad=portal&_schema=PORTAL&codigonoticia=139&envia=TECN&Param3=2008

especialización en Educación en Nuevas Tecnologías, tres diplomados y un seminario de actualización en administración y 73 cursos de diferentes temáticas.

UNAB virtual ha hecho varios convenios con diferentes Universidades en el ámbito virtual, como también con organizaciones nacionales, como el SENA virtual, ETB y la Contraloría General de la República, entre otras.

En Bucaramanga se registran otras experiencias de educación virtual, como el de la Universidad Industrial de Santander que tiene el Centro de Información y tecnología CENTIC como “Soporte al Proceso Educativo Mediante Tecnologías de Información y Comunicación – ProSPETIC”, para responder a los desafíos que demandan cambios en los sistemas educativos y promueve experiencias innovadoras en los procesos de enseñanza- aprendizaje, es así como definió políticas y estrategias tendientes a asegurar condiciones que permitan, mediante sistemas de aprendizaje en línea, ofrecer experiencias con elevados estándares de calidad, llevar la oferta de formación a nuevos ámbitos geográficos, flexibilizar los procesos de enseñanza y aprendizaje, promocionar la innovación educativa y agregar valor a los procesos de investigación, transferencia tecnológica y gestión e integración de la Universidad con la sociedad. El CENTIC, es también un punto de encuentro a través de un sistema de video conferencias institucionales donde se han hecho encuentros de comunidades universitarias, investigadores, empresarios, entre otros. Se cuenta también con la red académica UNIRED que ha hecho que se fortalezcan las acciones en Nuevas Tecnologías al igual que la red académica nacional RENATA. Este centro ha servido para capacitaciones de empresarios y profesionales en el uso de las Tic's a nivel Nacional e Internacional.

Por otra parte, en la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga se han realizado algunas propuestas de cursos en línea, se ha contado con más de 66 ofertas de distintas carreras, pero que no se han llevado a la práctica de manera continua, han sido ejercicios académicos que permiten el acercamiento de los estudiantes hacia el diseño y montaje de algunas asignaturas, pero hace falta un compromiso institucional que permita la incursión de programas virtuales dentro de la oferta formativa de la Institución.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 ESTILOS DE APRENDIZAJE

En los últimos años, la enseñanza virtual permite enfrentarse con algunas necesidades educativas relevantes, cada vez es más latente en el país la influencia de la globalización en la educación, la necesidad de ofrecer cursos que permitan el aprendizaje autónomo y flexible, además de las posibilidades del mercado, que entre otras cosas, no exige la presencialidad por lo que el mundo estaría cada vez más cerca de estos procesos educativos que permiten la interculturalidad y el aprendizaje para la vida.

Muchos expertos han afirmado que las personas aprenden de diferentes formas, estas diferencias tienen que ver con el contexto que les rodea. Los estilos de aprendizaje hacen referencia al hecho que cada persona utiliza su propio método o estrategia en el momento de aprender. Sin embargo, no existe un único estilo de aprendizaje, por el contrario pueden tenerse diversos estilos, aunque alguno de ellos suele ser predominante.

Existen diferentes clasificaciones de aprendizaje, una de las que más se utiliza es la “Honey y Mumford” que los agrupa en cuatro estilos⁵:

- Activo: Busca experiencias nuevas, es de mente abierta, nada escéptico y desarrolla con entusiasmo las tareas nuevas.
- Reflexivo: Antepone la reflexión a la acción, observa con detenimiento las distintas experiencias.
- Teórico: Busca la racionalidad y la objetividad.
- Pragmático: Le gusta actuar rápidamente y con seguridad con aquellas ideas y proyectos que le atraen.

Las personas tienen la disposición de aprender aquello a lo que le encuentran sentido o lógica, es así como el verdadero aprendizaje, es el significativo, cualquier otro será mecánico o memorístico. El aprendizaje significativo es relacional, es decir, que el educador logra establecer relaciones de ese nuevo conocimiento con experiencias anteriores y presentes y con situaciones cotidianas y reales.

⁵ GRAVINI DONADO, Marbel Lucía. Teoría e investigación de los estilos de aprendizaje. Revista Electrónica Diálogos Educativos Nº 13. 2.007. Consultado el 29 de agosto de 2.008. En línea. http://www.umce.cl/~dialogos/n13_2007/gravini.swf

“Las personas son diferentes, por lo que, no es de sorprender que aprendan diferente en las aulas. Cada quien utiliza diferentes estrategias para aprender. Conocer el estilo con el cual se aprende permite al estudiante capitalizar su fortaleza cuando se concentra en el aprendizaje de material académico nuevo o difícil y el profesor podrá utilizar los estilos de aprendizaje como una base sólida en la preparación de sus programas académicos”⁶.

Desde esta propuesta se pretende incentivar el aprendizaje significativo a través de una herramienta tecnológica, es así como la utilización del modelo basado en competencias en el desarrollo del diseño instruccional, consiste en vincular el saber con el hacer.

La formación por competencias implica una preparación más completa que la del modelo tradicional, es integral y flexible, permite dar respuesta a las necesidades de los individuos, de la comunidad y de la sociedad teniendo en cuenta los diferentes contextos y culturas.

El modelo por competencias se caracteriza por la pertinencia, calidad, flexibilidad, internacionalización, interdisciplinariedad, vinculación con diversos sectores, innovación y aplicabilidad, entre otras.

El Marco de Fundamentación Conceptual de la Prueba ECAES, realizado por AFACOM (Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social), a través de un trabajo participativo, esboza algunos acuerdos sobre la formación por competencias en este tipo de programas académicos y explica literalmente qué se entiende por competencia académica, “Las habilidades necesarias para aplicar y desarrollar conocimiento y destrezas orientados a la identificación, planteamientos, gestión de problemas y la mediación de conflictos en su ejercicio profesional mediante el análisis, lectura, interpretación y cuestionamiento de hechos, sucesos y procesos sociales (políticos, económicos y culturales); igualmente, para dinamizar la circulación y el examen de propuestas de tratamiento de los problemas y conflictos en cuestión, utilizando los lenguajes pertinentes con responsabilidad social”⁷.

La formación por competencias aunque es un tema en boga en Colombia, tiene su origen hacia finales del siglo XIX en Estados Unidos donde se utilizó en cursos dirigidos a niños. Años más tarde, en la Universidad de Cincinnati-Ohio la aplicó en cursos de ingeniería que tenían como alcance prioritario establecer criterios de

⁶ MORENO AMADO, María Guadalupe. Estilos de Aprendizaje de Estudiantes de Educación Superior. Universidad de Baja California. (Consultado en septiembre 22 de 2.008) (En Línea) http://www.alammi.info/revista/numero2/pon_0011.pdf.

⁷ AFACOM. Marco de Fundamentación Conceptual y Especificaciones de la Prueba ECAES para los programas de Comunicación e Información. Abril de 2.004. pág. 80.

desempeño en la aplicación de conocimiento. Desde allí se pudo concluir que un buen desempeño tiene que ver con las características individuales, con la formación y la experiencia; desde esta perspectiva se empezó a trabajar en el diseño por competencias como el direccionamiento del aprendizaje al saber hacer en contexto, es decir, la aplicabilidad del conocimiento teórico.

La educación por competencias en el marco de la formación pretende ser un enfoque integral que busca vincular el sector educativo con el productivo y elevar el potencial de las personas. “Un sistema de formación profesional es un arreglo organizativo en el que diferentes actores concurren con ofertas de formación coordinadas en cuanto a su pertinencia, contenido, nivel y calidad; de modo que, en conjunto, logren un efecto mayor en la elevación de la empleabilidad de los trabajadores al que se lograría actuando separadamente. Cuando el sistema acuerda la utilización de normas de competencia laboral para fundamentar la elaboración de programas, la formación, la evaluación y la certificación, se pueden distinguir como un sistema normalizado”⁸. Es claro que la formación por competencias se basa en la posibilidad del saber hacer, es decir, que implica la demostración del conocimiento adquirido, saber para qué, cómo y por qué se aprende; de esta manera, el diseño curricular le implica al tutor elaborar un contenido programático en función de estas características.

“Las competencias se pueden describir como un saber hacer en conciencia; un saber en acción, un saber cuyo sentido inmediato no es “describir” la realidad sino “modificarla”, no es definir problemas sino solucionarlos; un saber el qué, pero también un saber cómo. Las competencias son, por tanto, propiedades de las personas en permanente modificación que deben resolver problemas concretos en situaciones reales de trabajo donde no debe haber cabida a la incertidumbre de un resultado, ya que debe ser medible y debe dar solución radical al problema y no transitoria al mismo. Las competencias son diferentes en cada situación y momento, por lo que permite suponer la existencia de conflictos dado lo inasible del concepto y su condición de construcción social”⁹.

Para los Programas de Comunicación e Información en el país, se definieron las competencias básicas que se enuncian en el artículo 2º de la Resolución 3457 de 2003 “los programas propenderán, entre otros, por la formación de un pensamiento crítico y analítico para la interpretación amplia de los fenómenos y contextos socio-culturales, así como de las implicaciones sociales, políticas y económicas de su profesión; la utilización adecuada de las estrategias comunicativas directas y mediatizadas, y el desarrollo de las competencias en lengua materna que permitan la elaboración de mensajes en los diferentes

⁸ Organización de Estados Americanos. Formación por Competencias. On line – consultado en septiembre 10 de 2.008. <http://www.oei.org.co/iberfop/documentos/40-forma.pdf>

⁹ AGUERREDONDO, Inés. Argentina y la educación para el tercer milenio.

medios...”¹⁰, es así como AFACOM, a partir de un trabajo colectivo con las diferentes Facultades del país, acordó la elaboración de la prueba ECAES, desde las competencias académicas comunes y transversales de los programas de pregrado, es decir, la interpretativa, la argumentativa y la propositiva.

Al respecto, el marco de fundamentación conceptual de la prueba ECAES describe que:

“Las competencias se entienden como expresiones o explicitaciones de la experiencia primordial del pensar humano, que es en esencia comprensión o hermenéutica del mundo en que nos encontramos; como acciones o desempeños en la interacción con contextos socioculturales y disciplinares específicos; como acciones útiles que un estudiante realiza con lo que sabe, en el contexto de un campo disciplinar o problemática. En un sentido general, el concepto de competencia designa el conjunto de condiciones (capacidades, aptitudes, habilidades, conocimientos), que le permiten a un sujeto ejecutar una acción, o actuación o desempeño o perfomancia, con miras a la consecución de una meta. Es claro entonces que, con relación a la acción, actuación o desempeño la Competencia se considera como “ese algo” que hace posible el hacer. Si el acto es “un hacer ser”, la competencia es “lo que hace ser”, es decir, todas las condiciones previas y los presupuestos que hacen posible la acción... Esta concepción dual de la Competencia como un Saber y un Saber-Hacer es de capital importancia para la educación y por supuesto para la evaluación, por cuanto en el enfoque de competencias no se trata de privilegiar el saber procedimental sobre el saber proposicional, ya que es justamente éste el que le permite al sujeto saber qué hacer en tanto que el saber procedimental le permite ejecutar el saber cómo hacer”¹¹.

Un modelo de enseñanza basado en competencias privilegiará la posibilidad de saber hacer en contextos determinados, es decir, el estudiantes se pondrá a prueba a partir de citas específicas que le implicarán argumentar, interpretar una salida o proponer alternativas, todo ello en el campo de su saber específico: la Comunicación.

El montaje de la asignatura se centra en el aprendizaje a partir del uso de las TIC's, de manera que los estudiantes pueden explorar y navegar en la información basados en sus intereses y tiempos propios.

El uso de la tecnología para la apropiación del conocimiento reside en la habilidad de soportar el aprendizaje colaborativo en equipos de trabajo sobre un ambiente distribuido. Los estudiantes colaboran en la solución de problemas, discusiones y ejercicios que producen la creación de nuevo conocimiento, pero basados en el

¹⁰ Ministerio de Educación Nacional. Resolución 3457 de 2.003. Por la cual se definen las características específicas de calidad para los programas de pregrado en Comunicación e Información. Bogotá, 2.003.

¹¹ Op cit. p. 126

modelo por competencias, privilegiando el saber hacer en contexto.

La nueva forma de aprendizaje virtual desarrolla un nuevo espacio, traslada la enseñanza a otro escenario, su estructura es distinta a la educación tradicional, se puede acceder desde cualquier lugar, la actividad académica deja de ser un intervalo temporal rígido, para convertirse en una opción abierta, lo que implica cambio en los hábitos educativos, tanto de los estudiantes, como de los tutores, dado que exige de ello un acompañamiento y seguimiento personalizado. Por otra parte, los materiales educativos cambian por completo, los estudiantes deben aprender a manejar estos nuevos instrumentos y los creadores de materiales educativos deben plasmar el conocimiento y las destrezas en los nuevos soportes.

María Guadalupe Moreno Amado en su artículo sobre Estilos de Aprendizaje de Estudiantes de Educación Superior, afirma, “percibimos el mundo en el que vivimos a través de dos maneras: de los sentidos y de la intuición. Necesitamos el sentido para caracterizar y clarificar la realidad, y la intuición para determinar los grandes conceptos que dan sentido a la realidad y predecir los cambios potenciales dentro de esa realidad. Los que basan sus percepciones básicamente en los sentidos como vivir y trabajar en el aquí y ahora están motivados por lo pragmático y útil, generalmente tienen una visión realista de la vida, y les gusta actuar de acuerdo con procedimientos y hacia metas definidas. Cuando sus propósitos se vuelven confusos o cuando los detalles son complejos, los "sensitivos" también llamados sensoriales o kinestésicos frecuentemente se frustran. A los "sensitivos" les gustan los resultados y valoran y trabajan duro para lograrlos. Los "intuitivos" también llamados globales, por su parte, les gustan la flexibilidad y la libertad de explorar posibilidades e ideas nuevas. Confían en sus propias conclusiones, van a donde su inspiración y visión los llevan, y frecuentemente se sienten oprimidos por los procedimientos”¹².

La autora precisa distintos estilos de aprendizaje basados en el modelo del Felder y Silverman que considera fundamentales los elementos visuales, auditivos y kinestésicos para aprender. Es decir, “Aprenden de lo general a lo particular, para entender algo, primero deben tener la idea general de lo que se quiere y luego estructuran el conocimiento. La característica principal de los estudiantes sensoriales es que son concretos, prácticos, guiados hacia los hechos y los procedimientos, tienen un alto nivel de energía para hacer cosas que son pragmáticas, lógicas y útiles; contrario a los intuitivos que son más orientados hacia las teorías, conceptuales e innovadores. Los visuales prefieren recibir la información a través de gráficos, películas, cuadros, o diagramas de flujo) contrario a los verbales o auditivos que manifiestan una abierta preferencia a las

¹² MORENO AMADO, María Guadalupe. Estilos de Aprendizaje de Estudiantes de Educación Superior. Universidad de Baja California. (Consultado en septiembre 22 de 2.008) (En Línea) http://www.alammi.info/revista/numero2/pon_0011.pdf.

explicaciones escritas o habladas.

Manipulando los objetos y trabajando con otros es la forma de aprender de los estudiantes activos, mientras que los reflexivos aprenden pensando acerca de las cosas y trabajando aislados o solos. Cada uno de nosotros desarrollamos y utilizamos una mezcla de estilos de aprendizaje a través de la vida. A través del tiempo el estilo de aprender va cambiando y vamos aprendiendo a utilizar los otros estilos que no nos favorecieron cuando éramos estudiantes. Los estilos de aprendizaje mientras más se utilicen y ejerciten, más se desarrollan y fortalecen, mientras que los que no se utilicen no se desarrollarán completamente”¹³.

Como lo afirma Julián de Zubiría (1994), una teoría pedagógica se construye considerando los aportes de la Psicología, la sociología, la antropología y la Comunicación. “Estos saberes ayudan a entender y explicar el aprendizaje, la formación de intereses, la personalidad y al hombre como ser social y cultural. Los modelos pedagógicos atienden las mismas preguntas que el currículo, pero de una manera diferente porque son más abstractas y general. Estas preguntas relacionadas con el para qué, el cuándo y el con qué, establecen los lineamientos a partir de los cuales se definen los propósitos y fines educativos, así como los contenidos, su jerarquía y su secuencia; fundamentan las relaciones maestro-saber y alumno. Porlán Y Martín (1993) identifican cuatro modelos que agrupan las principales tendencias en relación con la práctica educativa:

Modelo Tradicional

Es el modelo del profesor transmisor o transmisor-receptor para quien la asignatura ya está organizada y su prioridad es el cumplimiento de la programación oficial. La comunicación con los estudiantes es unidireccional, a través de la exposición del profesor que ocupa todo el tiempo. El docente es el responsable de la clase.

Modelo Tecnológico

En este modelo la base de una enseñanza eficaz está en la planificación y el control de cada variable que pueda afectar el trabajo escolar. Se utiliza una programación cerrada, las actividades se orientan a adquirir conocimientos y capacidades según la lógica de la disciplina. La relación con los estudiantes se hace de diversas formas, pero siempre es dirigida al profesor. Predomina la clase magistral que a veces se acompaña de guías o fichas, donde todo aparece calculado y previsto.

¹³ Ibidem

Modelo Espontaneísta

Este modelo se caracteriza por la ausencia de toda planificación. Favorece la actividad autónoma de los estudiantes y rechaza cualquier dirección del aprendizaje. La comunicación con los estudiantes y la concepción de las actividades son planteadas como abiertas, interactivas y espontáneas. En las experiencias de laboratorio, el profesor pretende seguir un modelo empírico-deductivo. El trabajo práctico tiene un toque empirista y se articula con la explicación para apoyarlo e ilustrarlo.

Modelo Constructivista

En este modelo el diseño del proceso educativo se halla influenciado por las teorías de construcción del conocimiento, que considera como aspecto clave del aprendizaje el tener en cuenta las concepciones previas del estudiante. El profesor debe ayudar a la elaboración de significados y facilitar un cambio conceptual. La planeación curricular es abierta, se considera una hipótesis de trabajo de comprensión, construcción y contratación permanente, que suele ser interdisciplinar y con tendencia a la integración, definida entre profesor y estudiantes, y que involucra lo cognitivo, subjetivo, social y metodológico. El profesor es orientador y coordinador de la actividad educativa, el estudiante es el protagonista del proceso, las relaciones docentes-estudiantes-saber-contexto son multidireccionales.

Con respecto al uso de la Tic's articulado un modelo pedagógico en particular, cualquiera que sean sus lineamientos, es necesario tener claro que la utilización de los recursos didácticos debe plantearse de forma que posibiliten promover el aprendizaje, es decir, acompañar al estudiante en la construcción de sí mismo, en la adquisición y el desarrollo de competencias, conceptos, actitudes y valores que le permitan apropiarse de sus posibilidades y de las que ofrecen el mundo y la cultura; en definitiva, la inversión en recursos didácticos vale la pena siempre y cuando sus usos generen valor a los procesos educativos".¹⁴ Este punto hace referencia de la relación en educación-Tic's.

Hay que tener en cuenta que las Tic's se centran en un hecho educativo pertenecientes a aquellos cambios tecnológicos, con un marcado especial en Internet, y en los nuevos aprendizajes de información.

Las Tic's son herramientas que facilitan y mejoran la enseñanza y el aprendizaje favoreciendo procesos de construcción y de transmisión del conocimiento. Con ayuda de esta misma el docente se puede centrar más en el alumno haciendo

¹⁴ GENTE. Aula Virtual: Una alternativa en educación superior. Publicación de la Universidad Industrial de Santander. Primera edición, 2003. Bucaramanga, Colombia.

que su aprendizaje sea más de carácter exploratorio, investigativo y activo, para que genere conocimiento y trabaje de forma colaborativa en el surgimiento del mismo y favorezca el trabajo en intercambio de información y de contextos reales.

“A penas unos años las Tic’s han revolucionado los métodos tradicionales de publicación y difusión de la información y han ampliado las posibilidades de realizar actividades a distancia, lo que ha producido un salto cualitativo importante: de lo que era simplemente capacidad de procesar información se ha pasado a la posibilidad de comunicación, interacción y procesamiento de información en Red; de poder ver u oír a distancia a través de la radio, la televisión o el teléfono, se ha pasado a poder trabajar, comprar, visitar o realizar operaciones comerciales en cualquier y desde cualquier punto del planeta si se está conectado a la red. Los cambios que introducen las Tic’s en la sociedad no son, pues, puntuales sino sistemáticos e inciden en múltiples aspectos de la vida cotidiana y profesional y por supuesto, en la educación. La introducción de las nuevas tecnologías en educación comienza a ser un hecho de consecuencias muy importantes (Marchesi y Martí, 2003). Por ello es conveniente analizar las relaciones entre tecnología y educación desde diferentes perspectivas, como son las políticas educativas, los enfoques curriculares, el tipo de persona que se quiere formar y el tipo de sociedad que se quiere construir. Por otra parte muchos de los contenidos que se han venido aprendiendo tradicionalmente han de ser contemplados de forma diferente y algunos de ellos han de ser sustituidos por otros más útiles y apropiados. También las metodologías y la organización escolar han de tener en cuenta las posibilidades que ofrecen las Tic’s.”¹⁵

4.2 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Según José Manuel Pérez Tornero: “La idea de competencia comunicativa referida únicamente al lenguaje verbal se está volviendo insuficiente para explicar la comunicación y el lenguaje de una sociedad de la información dominada por los nuevos medios. De ahí que muchas de las prácticas académicas tradicionales se estén quedando obsoletas, no sólo porque no evolucionan en relación con el entorno, sino porque viven en la inercia de teorías de otros contextos históricos.”¹⁶

Con el tiempo, los centros educativos han ido soportando cambios, reformas, insuficiencia de recursos, desorientación, desmotivación de los estudiantes, etc. Esto explica el por qué de la necesidad por implementar todo lo referente a los avances tecnológicos en la educación y se van incorporando a su evolución. En el siglo XXI, se están viviendo cambios culturales y especialmente, cambios de una educación tradicional a una educación multimedia, se están eliminando las

¹⁵ RUÍZ DÁVILA, María. CALLEJO, María Luz. GONZALEZ, María Esther. FERNANDEZ, Mercedes. Las Tic’s, un reto para nuevos aprendizajes. Usar Información, comunicarse y utilizar recursos.

¹⁶ PÉREZ TORNERO, José Manuel. Comunicación y Educación en la sociedad de la información. Editorial Paidós. Año 2000. Barcelona, España.

paredes de un aula, es decir espacios cerrados y controlados por una educación con nuevos ambientes y escenarios para la construcción del conocimiento, libres de tiempo y espacio.

El modelo de enseñanza tradicional se mantuvo con algunas pequeñas variaciones, pero siempre considerando las escuelas como espacios privilegiados del saber. Así fue durante siglos, pero con el paso del tiempo y de los avances tecnológicos se permitió el aumento, la multiplicación y distribución de textos, documentos y libros que brindan un aprendizaje, las grandes transformaciones se han dado con los cambios en la sociedad especialmente en la época de la aparición de la sociedad de información.

“*Acoso, asedio y involucrimiento* son palabras que definen la nueva situación de la escuela y la enseñanza con relación a su entorno. Sus muros, como escribió McLuhan, se están cayendo, pero el proceso puede ir hoy en día más lejos. Estamos viviendo una transformación tan seria de la educación que los pilares que sostenían su autonomía escolar y sobre la cual se fundaba su influencia social parecen derrumbarse a ojos vista”¹⁷.

Considérese que lo dicho anteriormente es la muestra de una sociedad que está en constantes cambios, incluyendo de forma rápida las nuevas redes mediáticas como la televisión y la Internet en los centros educativos para crear nuevos ambientes de aprendizaje y de saberes.

José Manuel Tornero afirma que: “es posible que en los sistemas educativos de mayor éxito, se avance hacia la integración de las tareas de enseñanza y educación dispersas por el conjunto de la sociedad en proyectos de educación integrados”¹⁸.

En ese sentido, hace referencia al aprovechamiento de los nuevos instrumentos mediáticos e informáticos para dar una nueva filosofía en la educación. Se habla de una generación nueva de aprendizaje para hacer la educación más integral con la probabilidad de transformación de la misma, son retos que se están dando en una sociedad de cambios y de desafíos, por ejemplo, en el sector educativo, se habla de la educación audiovisual o multimedia y seguida de ella la educación virtual. Según Len Masterman (1996): se puede observar tres paradigmas históricos en la educación audiovisual: “El modelo *proteccionista, el evaluador y el representacional*.”

En el primer caso se trataba de “proteger” al alumno del mal gusto. Dicha actitud se correspondía con una clara distinción entre la cultura popular y la alta cultura; la enseñanza de los medios era contra los medios; se trataba de poner en evidencia su carácter manipulador y su mal gusto frente a los valores eternos de la gran

¹⁷ *Ibíd.*, p. 44-45

¹⁸ *Ibíd.*, p. 56

literatura, pintura y música.

El segundo modelo, se trataba de conseguir que el alumno tuviese la capacidad de escoger, entre el aluvión de objetos de la cultura popular, aquellos productos que procurasen un goce estético o intelectual; de ahí que podamos otorgar el calificativo de evaluador a ese modelo.

Y por último, los medios audiovisuales no operan como espejos de la realidad, sino como medios de producción o construcción de dicha realidad.

En este contexto, el concepto clave de la enseñanza audiovisual es el de representación,¹⁹ es decir, que los medios audiovisuales también hacen parte de la transformación de la educación y la nueva concepción de la misma.

Para afrontar la nueva educación virtual o multimedia, se necesita una concepción desde la enseñanza-aprendizaje y una educación distinta. El objetivo de esto es el desafío cultural hacia un modelo de enseñanza crítica, reflexiva y que busca el saber por medio de las Nuevas Tecnologías, en ese sentido, el sistema educativo, escuelas, colegios y universidades están tratando de incorporar en sus prácticas el uso y apropiación de estas mismas, claro, que habría que preguntarse si al introducir las nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje puede obedecer a una verdadera revolución de la educación o a esfuerzos exclusivamente financieros que permiten atraer mayores 'clientes', o si por el contrario ofrecen herramientas de información y comunicación para dar una mejor interpretación crítica y autónoma dentro de un proyecto educativo.

“Sobre las consecuencias que las Nuevas Tecnologías traen a la educación hay todo tipo de planteamientos. Desde algunos lugares se cree que la escuela va a seguir igual, sin modificaciones esenciales, porque sencillamente cumple bien su papel de socialización, la función principal que se le ha asignado... Desde otras posiciones se habla del “fin del aula”...

La Institución educativa debe adaptar sus capacidades para encontrar su lugar y su función. Uno de los caminos para mejorar formando “en” y “para” la realidad, es el de la creación de un entorno que propicie el uso de las nuevas tecnologías y los medios educativos. Por eso, la escuela ha de buscar nuevas orientaciones que garanticen su cometido en el desarrollo de las habilidades y destrezas necesarias en la sociedad de la información.”²⁰

Debe existir una renovación pedagógica que esté preparada o dispuesta a implementar o atender propuestas nuevas en educación que incorporen el uso de las nuevas tecnologías. Aunque estas renovaciones o cambios educativos deben

¹⁹ *Ibíd.*, p. 139-140

²⁰ *Ibíd.*, p. 204

venir marcados por un proyecto social y también cultural, igualmente los profesores, ellos deben llevar a cabo el compromiso con el cambio que se está viviendo en la sociedad comprometerse a mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje basados en los nuevos retos de una sociedad de información y constantes cambios evolutivos. También tener claro que no se trata solamente de incluir tecnología en un aula, sino incluir programas educativos basados en la incorporación de las nuevas tecnologías.

Con lo anterior, se puede ver que con el tiempo el aprendizaje se ha modificado, en la nueva sociedad la presencia de las nuevas tecnologías vienen a tener una influencia grandísima y sin duda en la manera de cómo se incorpora el conocimiento porque hasta el momento se ha visto con el método tradicional, pero con el nuevo milenio y las aplicaciones de las nuevas tecnologías viene a transformar el papel del profesor a perfeccionarlo, a educarlo en el nuevo saber para que sea un mediador para enseñar al estudiante en un ambiente virtual. Las tecnologías de la información y la comunicación estarán cada vez más presentes en el trabajo de los profesores crearán nuevos lugares de formación y capacitación que para el mejoramiento de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Igualmente que la información tecnológica va de la mano con la Gestión del Conocimiento que aparece en el sistema educativo para relacionarse con el aprendizaje, existiendo en un entorno cambiante, en una sociedad competitiva y acelerada.

4.3 GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Se encarga de integrar nuevas necesidades a la educación superior con mucha fluidez, la Gestión del Conocimiento ha aumentado su valor a partir de la dimensión y extensión de las nuevas tecnologías ya que es una disciplina que requiere de varios conceptos, por eso se dice que tiene un concepto dinámico o de flujo.

Hoy en día las universidades se están encaminando ante las nuevas necesidades del nuevo milenio y la implementación de las nuevas tecnologías y el actual contexto social y económico, y, a la aplicación de la Gestión del Conocimiento en la reorganización interna de procesos, en el mejoramiento de la docencia y en la investigación para así poder obtener un mejor desarrollo en una universidad competitiva y adaptada a las nuevas demandas y nuevas exigencias de la sociedad.

Finalmente el concepto de Gestión del conocimiento se define como un concepto aplicado en las Organizaciones, pretendiendo saber algo o conocer algo basado en las experiencias de cada uno de los miembros de tal forma que este conocimiento sea de gran ayuda para otros miembros de la organización. El uso del concepto de Gestión del conocimiento "procede de la comprensión del valor crítico de los otros factores, menos "típicos" que el documento o el dato, y la

conciencia de la necesidad de encontrar modos para sustentarlo y obtener de éste beneficios estratégicos. La diferencia entre el conocimiento organizativo ("*organizacional*") y los datos e información es, además de efectiva, intuitiva. Para muchos "del oficio" el conocimiento parece un residuo fundamental y que en sí mismo explica la productividad interna después de haberlo evaluado todo... Por ejemplo el conocimiento individual es el resultado de un proceso de aprendizaje y cambio en el comportamiento que ocurre en una persona después de interiorizar la información. El conocimiento es una integración de valores, experiencias e información como parte de un modelo mental.

Y el conocimiento de la organización es el resultado de la integración del pensamiento colectivo materializado en las mejores prácticas, de los modelos mentales del staff, de la gestión de procesos de empresa y tanto del control y gestión del conocimiento tácito como de la *business intelligence*. También las empresas tienen una percepción, una memoria dinámica y una memoria a largo plazo²¹. Aunque en las organizaciones del nuevo milenio "La Gestión del Conocimiento es, en definitiva, la gestión de los activos intangibles que generan valor para la organización"²². Esto hace referencia a la asociación de los saberes a la práctica, a la estructuración del conocimiento para ser aplicable en un contexto organizacional, siendo este crítico, reflexivo y dinámico. En definitiva la gestión del conocimiento se toma diferente en cada individuo dependiendo de las experiencias anteriores a las reales y a la información o datos que obtengan en su proceso de conocimiento ya que son diferentes en el momento de llevarlo a la acción.

Como se pudo ver anteriormente siempre toma el concepto de gestión del conocimiento varias definiciones "Unos hablan de Gestión del Conocimiento, otros de aprendizaje organizacional, otros de Capital Intelectual e, incluso, algunos de activos intangibles. Pero, independientemente de su nombre, ¿qué es la Gestión del Conocimiento?"

Hace ya tiempo las organizaciones descubrieron que los activos intangibles, y no los físicos y financieros, eran los que les aportaban un verdadero valor. Estos activos intangibles son los recursos o capacidades de la organización.

Por ejemplo, son activos intangibles las capacidades que se generan en la organización cuando los recursos empiezan a trabajar en grupo. La organización utiliza estos activos para crear valor, si bien no son valorados desde un punto de vista contable.

²¹ LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS ORGANIZACIONES (En línea) (Consultado 21 de septiembre del 2008) <http://www.conceptmaps.it/KM-KnowledgeManagement-esp.htm>

²² INTRODUCCIÓN CONCEPTUAL A LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO (En línea). (Consultado 21 de Septiembre del 2008). <http://www.gestiondelconocimiento.com/introduccion.htm>

Lo ideal es analizar la evolución de los intangibles en el tiempo. Es decir, estar informados de si los activos intangibles aumentan o disminuyen entre periodos de tiempo comparables”²³. El caso es que se pueden ver, que elementos componen al concepto de Gestión del conocimiento es la información, los datos o aprendizaje y el conocimiento, que lleva a la conclusión de la composición de estos tres elementos es la unión de la experiencia del individuo como tal, el aprendizaje proveniente de una sociedad o de un individuo colectivo y el conocimiento que adquiere cada ser humano con la recopilación de saberes y así encaminar las organizaciones a un conjunto de actividades que den respuesta a los objetivos de la misma y así aumentar la competitividad, la eficacia y la productividad en una empresa. Pero para el crecimiento de una organización no se puede dejar a un lado el desarrollo y la aparición de las TIC’s que han contribuido a una mayor facilidad y al mejoramiento del buen uso del conocimiento.

4.4 TIC’S Y UTILIZACIÓN DE RECURSOS

En Internet se encuentra variedad de recursos que se toman ya como tradicionales y que son fáciles de consultar, pero en la actualidad se encuentran recursos más sofisticados como diseños creativos, interacciones, comunicaciones y multimedia de Internet, no sólo descargas de contenidos provenientes de la red. Aunque estos contenidos no solamente están disponibles para uso educativo sino hay que saber acceder a sitios Web que ofrezcan recursos como base de datos, bibliotecas digitales tutorías, cursos en línea, buscadores, trabajos en equipo, foros, etc. Las TIC’s promueve dos grandes modelos de aprendizaje dichos anteriormente el conductivista y el constructivista.

De acuerdo con el modelo **Conductivista**, “aprender es comportarse de una determinada manera mediante la adquisición de mecanismos y destrezas más o menos rutinarias. Para ello la secuencia básica de instrucción es: estímulo, respuesta y refuerzo. Los programas de ejercitación y práctica responden a este modelo.

Según el modelo **Constructivista** el conocimiento no se recibe pasivamente, como si lamente fuese un libro en blanco, sino que el sujeto lo construye activamente, incorporando los nuevos contenidos a las estructuras mentales que su experiencia ha ido forjando. Esto significa que se aprende en interacción con situaciones problemáticas y con otros sujetos que obligan a modificar la propia estructura cognitiva mediante una serie de acciones: experimentando, haciéndose preguntas, particularizando situaciones, generalizando resultados, encontrando ejemplos, etc. Este proceso necesita predisponibilidad y de cierto nivel de

²³ FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO (En línea) (Consultado 21 de septiembre del 2008) <http://www.gestion-conocimiento.com/contenido/quees.asp>

intencionalidad por parte del sujeto que aprende.”²⁴

4.5 METODOLOGÍAS DE DISEÑO INSTRUCCIONAL PARA PROGRAMAS DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS

El diseño instruccional es aquel que contribuye a que los procesos educativos sean eficientes y estén enfocados a los modelos de conocimiento.

La metodología del diseño instruccional, debe facilitar las actividades de aprendizaje y mejorar la calidad de la educación soportándose en estándares e-learning y programas de formación por competencias, de manera que se facilite la enseñanza de quienes la utilizan.

Las Universidades están proporcionando a los estudiantes y docentes un aprendizaje académico orientado a los logros por competencias obviamente establecidos por los objetivos y un perfil profesional de cada escuela académica. Programas altamente estructurados, dinámicos y flexibles que permitan el aporte del estudiante y del entorno en el que se desarrolla.

Para esto el proceso Instruccional hace parte del contenido curricular o modular definiendo por medio de este los recursos y las acciones llegando así al cumplimiento de unos logros y del éxito de un buen aprendizaje. En el aprendizaje el programa instruccional se puntualiza en las etapas y en cuáles son los elementos del proceso, es decir se describe el procedimiento del curso, el por qué, el para qué, lo que se busca o se quiere lograr y la manera o forma de cómo se llevará a cabo el curso, es decir de cómo llevarlo a la práctica.

Para un estudiante integrado a un aprendizaje por competencias, el diseño instruccional es efectivo en su formación y en la experiencia que va encontrar en cada asignatura porque con este diseño disminuye la incertidumbre y permite aclarar las inquietudes propiciando aprendizaje y para un docente le permite este diseño la orientación de su función, de los logros, estrategias, contenidos, recursos y evaluaciones que deberá aplicar en la asignatura.

En el enfoque de los programas de formación por competencias, muestra un sentido práctico y realizador de una acción, integrando al estudiante con una visión al contenido curricular para hallar su formación integral. Este enfoque propicia la autodeterminación y el diseño de estrategias individuales y grupales.

Para su diseño por competencias el profesor debe tener en cuenta en el momento de escribir los logros, actividades, contenidos, etc., una técnica gramatical, es

²⁴ RUÍZ DÁVILA, María. CALLEJO, María Luz. GONZALEZ, María Esther. FERNANDEZ, Mercedes. Las Tic's, un reto para nuevos aprendizajes. Usar Información, comunicarse y utilizar recursos.

decir, con lo que se va analizar el contenido de lo curricular que “el saber” ahora con lo que se analiza las actitudes que “el ser” y el análisis de cuál es el desempeño que es “el hacer”.

Preguntándose el profesor el ¿Qué tiene que saber el estudiante? qué trata en el conocimiento teórico que el mismo debe tener. Luego para saber los conocimientos prácticos se debe preguntar ¿Qué procedimiento debe hacer? y ya para terminar el programa por competencias o el diseño instruccional para poder identificar actitudes y los valores éticos-morales se debe preguntar ¿Cómo debe ser, actuar y estar?

Su redacción debe ser sencilla y comunicable, se debe tener en cuenta en su redacción que las competencias se deben escribir con elementos básicos como Verbo Acción conjugado en presente, el objeto que hace referencia al conocimiento a lo que queremos buscar y la especificación del logro por ejemplo los recursos, el entorno, las herramientas a utilizar, las estrategias instruccionales y el tiempo.

El diseño Instruccional debe ser un programa explícito y un proceso didáctico que busque las claves pertenecientes al diseño que el saber, el ser y el hacer para tener una formación humana integral con un perfil académico-profesional por competencias.

Desde esta propuesta o diseño de programas se pretende ofrecer un proceso de edu-comunicación soportado en las Tic's de manera que se facilite la gestión del conocimiento basado en el modelo por competencias.

5. METODOLOGÍA

El diseño instruccional es la ruta a seguir para el montaje virtual del currículo en Organización y Gestión Social II, en ese sentido, la metodología para la creación del ambiente virtual es:

- Establecimiento del objetivo de aprendizaje
- Diseño de actividades y metas de aprendizaje de la asignatura coherentes con el perfil de formación del Comunicador Social – Periodista de la UPB Bucaramanga.
- Construir el diagrama secuencial de actividades. Se caracteriza por mostrar gráficamente las actividades en busca de articular todo el entorno temático de Organización y Gestión Social II.
- Diseño de las competencias de Organización y Gestión Social II de manera que se visualice el que-hacer en contexto que se debe adquirir dentro del desarrollo de la asignatura.
- Estructuración modular: es aquella que evidencia los módulos de formación, actividades y propósitos.
- Diseño del ambiente virtual: se estandarizarán cuatro elementos para el ambiente virtual: objetivo, contenido, explicación/aplicación y autoevaluación.

6. DISEÑO INSTRUCCIONAL PARA LA ASIGNATURA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN SOCIAL II

6.1 INFORMACIÓN DE LA ASIGNATURA

Escuela: Ciencias Sociales, **facultad:** Comunicación Social, docente: **Olga Beatriz Rueda Barrios**, **asignatura:** Organización y Gestión Social (optativa II), **código UNESCO:** SOCD 0008, **área:** componente flexible (área de profundización), **actividad pedagógica:** virtual, **semestre:** VIII (octavo), **créditos:** 3

I. PRESENTACIÓN

El componente flexible del plan de estudios de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, contempla nueve créditos en asignaturas optativas, es decir, de profundización. Consciente de la necesidad de ofrecer elementos que complementen los énfasis del programa, la Facultad ha diseñado la opción de profundización en comunicación para el desarrollo y organizacional, que inicia en séptimo semestre con planeación y formulación de proyectos sociales, continúa en octavo con la fundamentación conceptual para la construcción de estrategias de comunicación y finaliza en noveno con seguimiento y evaluación de proyectos.

II. JUSTIFICACIÓN

En este nivel se hace necesario compartir orientaciones sobre los enfoques de comunicación e información en el desarrollo, el papel de la comunicación en distintos ámbitos y la necesidad de diseñar estrategias que permitan guiar el papel de la comunicación, así pues, en esta segunda parte de la Optativa, se profundiza en los elementos más importantes y necesarios para diseñar y ejecutar estrategias de comunicación.

Organización y Gestión Social II, será la línea que abordará el discurrir de la relación entre comunicación, gestión y desarrollo, además del diseño de estrategias de comunicación y la aplicación de los enfoques de comunicación participativa e información en algunas experiencias reconocidas.

III. OBJETIVO GENERAL

Conocer y explorar la fundamentación conceptual y práctica que permita el diseño y evaluación de estrategias de comunicación para el desarrollo.

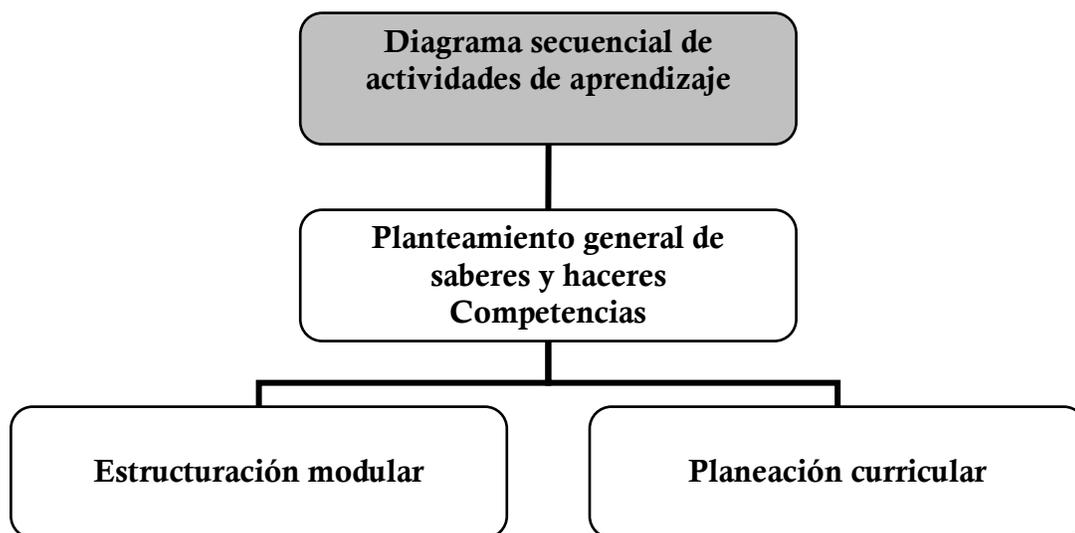
IV. METODOLOGÍA

Se propone desde la virtualidad una metodología teórico-práctica a partir de la lectura de textos para cada uno de los capítulos planteados, la discusión en foros de estas temáticas y el desarrollo de actividades tendientes a propiciar el análisis, la reflexión y el estudio de casos.

Así mismo, a lo largo del semestre se desarrollarán trabajos en grupos y se espera que al final elaboren una estrategia de comunicación con base en los elementos trabajados en clase.

6.2 DISEÑO INSTRUCCIONAL

Figura 1. Diseño Instruccional



6.3 DIAGRAMA SECUENCIAL DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

El diagrama secuencial de actividades de aprendizaje, es la primera fase del diseño instruccional. Se trata de una carta de navegación de la asignatura que determina la distribución y secuencialidad de todo su contenido. Para ello, se identificará el objetivo de aprendizaje, las actividades de aprendizaje y la selección de contenidos para dar cumplimiento al alcance.

Objetivo de aprendizaje

Objetivo de aprendizaje de Organización y gestión social II

Profundizar en los enfoques de la comunicación para el desarrollo, de manera que se puedan aplicar en el diseño de estrategias de comunicación participativas, que busquen la autogestión de las comunidades involucradas, desde procesos informativos, educativos y movilizadores.

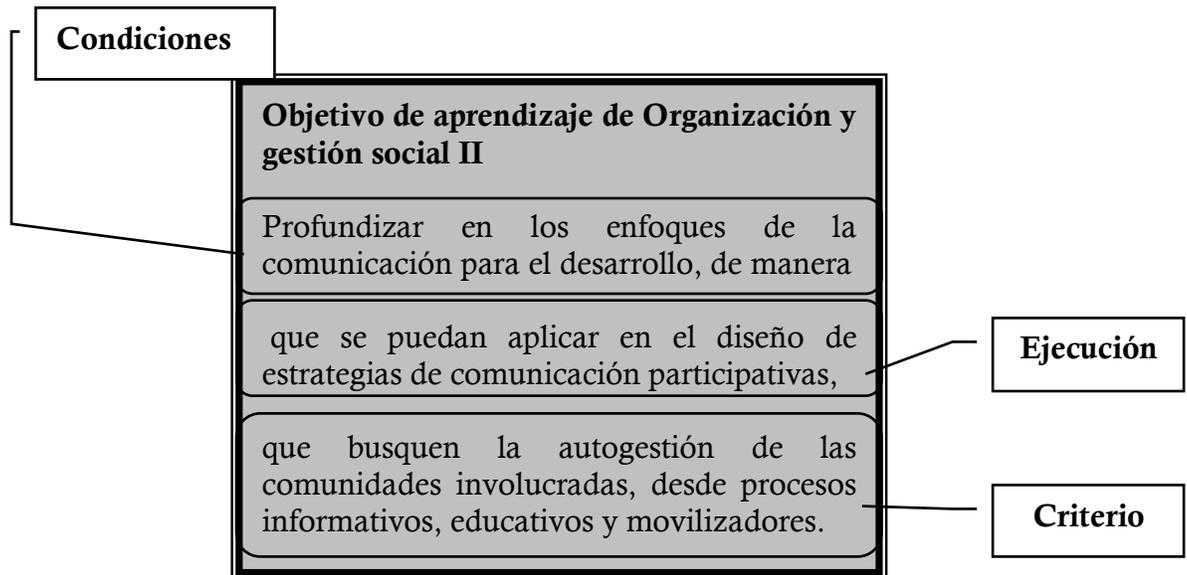
Los objetivos son enunciados específicos que dicen claramente que podrá hacer el estudiante en cuanto a su conocimiento, destrezas y/o conductas al terminar el programa. Es importante señalar tres elementos que deben estar presentes en el enunciado de objetivos²⁵.

1. Ejecución (Lo que podrá hacer el estudiante)
2. Condiciones (condiciones bajo las cuales la ejecución se llevará a cabo)
3. Criterio (La calidad o ejecución que se considera aceptable)

El objetivo de aprendizaje constituye el “qué aprendo”.

²⁵ Brown, J. D. Goals and objectives. En *The elements of language curriculum: A systematic approach to program development* (pp. 71-107). Boston: Heinle & Heinle. 1.995.

Figura 2. Objetivo de aprendizaje de Organización y gestión social II

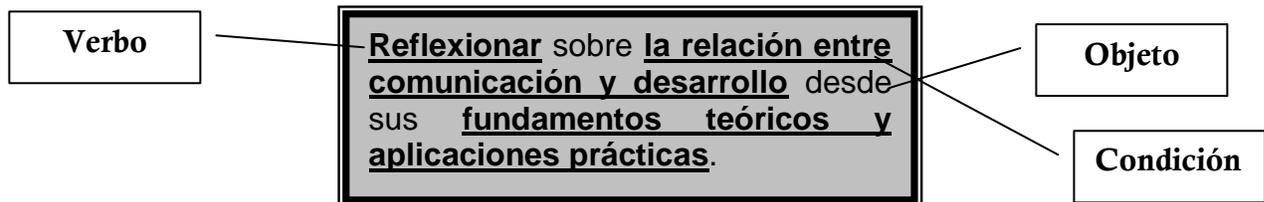


Actividades de Aprendizaje

El desarrollo de las actividades de aprendizaje permite observar las acciones que se despliegan en torno al cumplimiento de objetivo de aprendizaje.

Las actividades de aprendizaje constituyen “cómo aprendo”

Figura 3. Actividades de Aprendizaje



Actividades de Aprendizaje de Organización y gestión social II

Reflexionar sobre la relación entre comunicación y desarrollo desde sus fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas.

Promover la comunicación como eje de procesos sociales y como ejercicio democrático que privilegia la participación en busca de una dimensión humana del desarrollo.

Validar los procesos sociales y sus dinámicas como escenarios generadores de transformación para la sociedad.

Reconocer desde diversas experiencias las posibilidades de acción de la comunicación para el desarrollo. (Cultura, medio ambiente, educación, medios masivos y alternativos, entre otros).

Metas de aprendizaje

Permiten diseñar las competencias que adquiere el estudiante de acuerdo con los contenidos; éstas, deben visibilizar el saber hacer en contexto una vez desarrollado el curso.

Las metas de aprendizaje constituyen el “para qué aprendo”

Metas de Aprendizaje de Organización y gestión social II

El estudiante estará en capacidad de identificar estrategias pertinentes de intervención que posibiliten la transformación de los procesos sociales de manera asertiva.

El estudiante tendrá los elementos necesarios para reflexionar de manera crítica, dinámica y propositiva sobre procesos de comunicación que promuevan una vinculación activa de los actores sociales.

El estudiante estará en capacidad de propiciar reflexiones frente a las posibilidades del quehacer de la comunicación en la transformación de los procesos sociales.

El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.

6.4 COMPETENCIAS POR NIVELES DE FORMACIÓN PARA ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO²⁶

Se describen las competencias de los niveles séptimo, octavo y noveno, descritas en el documento de Registro Calificado para el Programa de Comunicación Social –Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, dado que es en estos semestres en donde se ofrece la formación de optativas, ámbito al que pertenece la asignatura Organización y gestión social II, sin embargo, el diseño del plan de estudios de la carrera, permite que el estudiante inscriba asignaturas de manera independiente del nivel que cursa, con el previo cumplimiento del pre-requisito que exija la materia, si ésta lo tiene; para el caso de las optativas son asignaturas del componente flexible, por lo tanto, no tienen pre-requisito, situación que técnicamente indica que el estudiante la podrá tomar en cualquier momento, no obstante, se espera que el alumno lo haga una vez reciba la formación básica en el área, dado que el objetivo de las optativas es la profundización.

²⁶ Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga. Documento de Registro Calificado para la Facultad de Comunicación Social – Periodismo. Año 2.005.

Tabla 1. Competencias por niveles

Séptimo nivel

Competencias	Indicadores de logros
Propositiva Comunicativa Interpretativa Argumentativa	<p>El estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Define su afinidad profesional a partir de la formulación de proyectos de investigación • Está en capacidad de crear y desarrollar proyectos que confluyan en la creación de empresas de comunicación. • Desarrolla estrategias de comunicación publicitaria, diseña y ejecuta campañas para la venta de productos, servicios e ideas. • Hace buen manejo de los formatos televisivos y los utiliza adecuadamente en la producción audiovisual.

Octavo nivel

Competencias	Indicadores de logros
Comunicativa Interpretativa Argumentativa Propositiva	<p>El estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce técnicas y metodologías de investigación aplicada a la comunicación y para la tesis. • Conoce y distingue las diferentes áreas de especialización del periodismo y maneja conceptos básicos de cada una de ellas. • Está capacitado en la comprensión y manejo del lenguaje cinematográfico y las teorías del cine. • Conoce las diferentes opciones teóricas para entender el fenómeno de la opinión pública y pone en práctica este conocimiento a partir de un tema de investigación. • Está habilitado para la aplicación de criterios éticos en el ejercicio profesional.

Noveno nivel

Competencias	Indicadores de logros
Observación Análisis Interpretativa Argumentativa Propositiva	<p>El estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce los parámetros bajo los cuales se formula una tesis de grado y con atención a sus afinidades propone un proyecto de investigación. • Define la modalidad específica en la que va a desarrollar su trabajo de grado. • En un enfoque proactivo visualiza opciones de ejercicio profesional. • Conoce e incorpora los protocolos para su desempeño en los diferentes ámbitos de la comunicación.

Las competencias enunciadas no presentan un claro alcance desde la formación en el área de la comunicación para el desarrollo, esto podría obedecer a que la creación de las asignaturas de profundización, fue posterior a la realización del documento de Registro Calificado, para efecto de la cátedra Organización y Gestión Social II se diseñaron las siguientes competencias:

Competencias de aprendizaje en Organización y Gestión Social II

Tabla 2. Competencias de aprendizaje

Competencias	Indicadores de logros
Argumentativa	<p>Iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo.</p> <p>Desde la argumentación la importancia de la intervención del comunicador social en la construcción de procesos sociales.</p>
Propositiva	<p>Estrategias de comunicación para el desarrollo.</p> <p>Procesos sociales de manera pertinente.</p> <p>Manera creativa las herramientas, medios y espacios que se requieren en los procesos de intervención social.</p>
Interpretativa	<p>Competencias comunicativas que le permitan acercarse de manera asertiva a diferentes fenómenos sociales.</p>

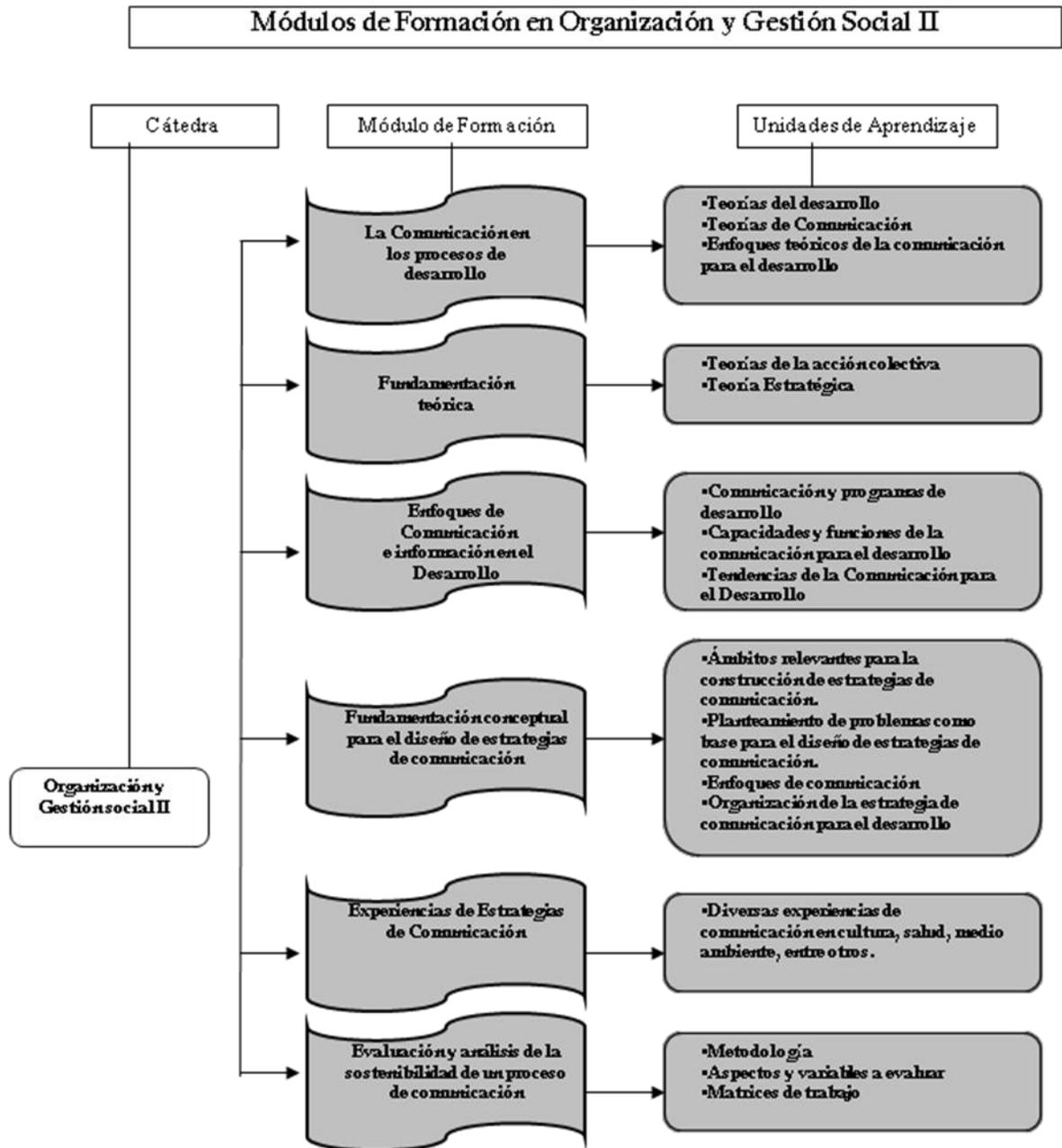
6.5 ESTRUCTURACIÓN MODULAR

La estructuración modular es la fase más representativa del diseño instruccional, puesto que permite visibilizar la asignatura en su totalidad con cada uno de los elementos que se desarrollan.

La estructuración modular por:

- Módulos de formación
- Unidades de aprendizaje

Figura 4. Estructuración Modular



6.6 PLANEACIÓN CURRICULAR

Es la fase inicial del diseño instruccional y constituye un proceso fundamental en el desarrollo de la propuesta metodológica, puesto que a través de ella se consolida el diseño curricular de la asignatura Organización y gestión Social II. La planeación curricular da respuesta a preguntas como: ¿Qué enseñar?, ¿Cuándo enseñar?, ¿Cómo enseñar? y ¿Cómo evaluar?

Módulo de Formación			
Meta de Aprendizaje			
Actividad de Aprendizaje			
Competencia			
Unidades de aprendizaje			
Duración de la actividad			
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis

La planeación curricular se obtiene implementando las etapas previas del diseño instruccional y condensando las decisiones y las acciones previstas para el cumplimiento de los propósitos establecidos para el área de formación seleccionada, es decir, representa la base para el diseño y producción de objetos de aprendizaje resultantes.

Cada una de la acciones de la planeación curricular de la asignatura organización y gestión Social II representa:

Duración de la actividad: Corresponde al tiempo que se necesita para el buen desarrollo de la actividad, se identifica después de haber estructurado los demás elementos de la planeación. Su valor está relacionado con la complejidad de ejecución de la actividad y el tutor (docente) quien determina el número de horas correspondientes a cada una de ellas.

Metodología de enseñanza-aprendizaje: Son las estrategias de enseñanza – aprendizaje y los métodos didácticos que se pueden utilizar para llevar a cabo la labor pedagógica, representa las guías para el desarrollo de la actividad. Para este propósito se tomará la propuesta de Estilos de Aprendizaje de Felder y Silverman, que obviamente están orientados hacia el aprendizaje significativo y personalizado.

Tabla 4. Estilos de Aprendizaje de Felder y Silverman²⁷

Pregunta	Dimensión del Aprendizaje y Estilos	Descripción de los estilos
¿Qué tipo de información perciben preferentemente los estudiantes?	Dimensión relativa al tipo de información: sensitivos – intuitivos	Básicamente, los estudiantes perciben dos tipos de información: información externa o sensitiva a la vista, al oído o a las sensaciones físicas e información interna o intuitiva a través de memorias, ideas, lecturas, etc.
¿A través de qué modalidad sensorial es más efectivamente percibida la información cognitiva?	Dimensión relativa al tipo de estímulos preferenciales: visuales – verbales	Con respecto a la información externa, los estudiantes básicamente la reciben en formatos visuales mediante cuadros, diagramas, gráficos, demostraciones, etc. o en formatos verbales mediante sonidos, expresión oral y escrita, fórmulas, símbolos, etc.
¿Con qué tipo de organización de la información está más cómodo el estudiante a la hora de trabajar?	Dimensión relativa a la forma de organizar la información: inductivos - deductivos	Los estudiantes se sienten a gusto y entienden mejor la información si está organizada inductivamente donde los hechos y las observaciones se dan y los principios se infieren o deductivamente donde los principios se revelan y las consecuencias y aplicaciones se deducen.
¿Cómo progresa el estudiante en su aprendizaje?	Dimensión relativa a la forma de procesar y comprensión de la información: secuenciales – globales	El progreso de los estudiantes sobre el aprendizaje implica un procedimiento secuencial que necesita progresión lógica de pasos incrementales pequeños o entendimiento global que requiere de una visión integral.
¿Con qué tipo de organización de la información está más cómodo el estudiante a la hora de trabajar?	Dimensión relativa a la forma de trabajar con la información: activos – reflexivos.	La información se puede procesar mediante tareas activas a través compromisos en actividades físicas o discusiones o a través de la reflexión o introspección.

Para el Diseño y montaje virtual de la asignatura Organización y Gestión Social II se establecieron algunas estrategias técnicas que permitirán guiar el desarrollo de la asignatura:

²⁷ Perea Robayo M, Material de estudio para el Diplomado Virtual en Estilos de Aprendizaje de la Universidad del Rosario. Colombia. (Consultado en Septiembre 22 de 2.008). En línea. http://archivo.ired.org/Proyecto_Red-CTS/Seminario/2005-03-08_Modelo-Felder-y-Silverman.doc

Tabla 5. Estrategias técnicas

Estrategia	Técnica
Aprendizaje interactivo	Debate – foros de discusión Formulación de preguntas Cine-foro
Aprendizaje individual	Consulta Análisis e interpretación de lecturas Reporte Elaboración de ensayo Tareas individuales
Aprendizaje colaborativo	Consulta Resumen Análisis y resolución de problemas Taller Tutorías
Aprendizaje basado en problemas	Análisis de experiencias Resolución de problemas
Aprendizaje por descubrimiento	Proyecto

Tabla 6. Plan de Actividades para el desarrollo de la asignatura Organización y Gestión Social II

Módulo 1

Módulo de Formación	La Comunicación y los procesos de desarrollo		
Meta de Aprendizaje	El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.		
Actividad de Aprendizaje	Reflexionar sobre la relación entre comunicación y desarrollo desde sus fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas.		
Competencia	Argumentar iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo.		
Unidades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teorías del desarrollo ▪ Teorías de Comunicación ▪ Enfoques teóricos de la comunicación para el desarrollo 		
Duración de la actividad	2 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio ▪ Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas dos modelos. Jean Servaes ▪ La Comunicación en el pensamiento de Paulo Freire, Elizabeth Safar	Foro de Discusión “Reflexiones sobre la comunicación y el desarrollo”.
Aprendizaje Interactivo	Foro de discusión		
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		

Módulo 2

Módulo de Formación		Fundamentación teórica	
Meta de Aprendizaje		El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.	
Actividad de Aprendizaje		Reflexionar sobre la relación entre comunicación y desarrollo desde sus fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas.	
Competencia		Argumentar iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo.	
Unidades de aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teorías de la acción colectiva ▪ Teoría Estratégica 	
Duración de la actividad		2 Semanas	
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio ▪ Teoría de la Acción Colectiva: José Guadalupe Vargas ▪ Una Nueva Teoría estratégica: Rafael Alberto Pérez	Reflexión de la experiencia “Estrategia para el cambio social”. Taller.
Aprendizaje basado en problemas	Análisis de experiencias Taller		
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		

Módulo 3

Módulo de Formación		Enfoques de Comunicación e información en el Desarrollo	
Meta de Aprendizaje		El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.	
Actividad de Aprendizaje		Promover la comunicación como eje de procesos sociales y como ejercicio democrático que privilegia la participación en busca de una dimensión humana del desarrollo. Reconocer desde diversas experiencias las posibilidades de acción de la comunicación para el desarrollo. (Cultura, medio ambiente, educación, medios masivos y alternativos, entre otros).	
Competencia		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Argumentar iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo. ▪ Disponer de competencias comunicativas que le permitan acercarse de manera asertiva a diferentes fenómenos sociales. 	
Unidades de aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación y programas de desarrollo ▪ Capacidades y funciones de la comunicación para el desarrollo ▪ Tendencias de la Comunicación para el Desarrollo 	
Duración de la actividad		3 Semanas	
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio ▪ Enfoques de comunicación e información en el desarrollo Hernán Salamanca Uribe. Proyecto Enlace.	Taller: Cultura Democrática
Aprendizaje colaborativo	Taller Tutoría		

Módulo 4

Módulo de Formación	Fundamentación conceptual para el diseño de estrategias de comunicación		
Meta de Aprendizaje	El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.		
Actividad de Aprendizaje	Promover la comunicación como eje de procesos sociales y como ejercicio democrático que privilegia la participación en busca de una dimensión humana del desarrollo.		
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación para el desarrollo. ▪ Intervenir en procesos sociales de manera pertinente. ▪ Definir de manera creativa las herramientas, medios y espacios que se requieren en los procesos de intervención social. 		
Unidades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ámbitos relevantes para la construcción de estrategias de comunicación. ▪ Planteamiento de problemas como base para el diseño de estrategias de comunicación. ▪ Enfoques de comunicación ▪ Organización de la estrategia de comunicación para el desarrollo 		
Duración de la actividad	4 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio ▪ DCP –Diagnóstico de Comunicación Participativa- ▪ Organización de la estrategia de comunicación. ▪ Definición de la estrategia de comunicación.	Cine – Foro: La Estrategia del Caracol.
Aprendizaje basado en problemas	Análisis de experiencias Taller		Taller
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		Foro de discusión: intercambio de experiencias de estrategias de comunicación.
Aprendizaje interactivo	Cine-foro Foro de discusión		

Módulo 5

Módulo de Formación		Experiencias de Estrategias de Comunicación	
Meta de Aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> El estudiante estará en capacidad de identificar estrategias pertinentes de intervención que posibiliten la transformación de los procesos sociales de manera asertiva. 	
Actividad de Aprendizaje		Reconocer desde diversas experiencias las posibilidades de acción de la comunicación para el desarrollo. (Cultura, medio ambiente, educación, medios masivos y alternativos, entre otros).	
Competencia		<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación para el desarrollo. Definir de manera creativa las herramientas, medios y espacios que se requieren en los procesos de intervención social. 	
Unidades de aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> Diversas experiencias de comunicación en cultura, salud, medio ambiente, entre otros. 	
Duración de la actividad		2 Semanas	
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio <ul style="list-style-type: none"> Modelos adoptados en Colombia para la superación del problema de la Droga La Comunicación, el desarrollo, el comportamiento y la salud 	<ul style="list-style-type: none"> Taller El problema de la Droga y su relación con la Comunicación Foro de discusión: La Comunicación y las responsabilidades de los diferentes actores frente a las prioridades de salud del SGSSS
Aprendizaje basado en problemas	Análisis de experiencias Taller		
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		
Aprendizaje interactivo	Foro de discusión		

Módulo 6

Módulo de Formación		Evaluación y análisis de la sostenibilidad de un proceso de comunicación	
Meta de Aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> ▪ El estudiante tendrá los elementos necesarios para reflexionar de manera crítica, dinámica y propositiva sobre procesos de comunicación que promuevan una vinculación activa de los actores sociales. 	
Actividad de Aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Validar los procesos sociales y sus dinámicas como escenarios generadores de transformación para la sociedad. ▪ Reconocer desde diversas experiencias las posibilidades de acción de la comunicación para el desarrollo. (Cultura, medio ambiente, educación, medios masivos y alternativos, entre otros). 	
Competencia		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Validar desde la argumentación la importancia de la intervención del comunicador social en la construcción de procesos sociales. 	
Unidades de aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodología ▪ Aspectos y variables a evaluar ▪ Matrices de trabajo 	
Duración de la actividad		4 Semanas	
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio <ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluación y análisis de la sostenibilidad de un proceso de comunicación. 	Evaluación de una estrategia de comunicación.
Aprendizaje por descubrimiento	Proyecto		

7. DISEÑO Y MONTAJE DEL CURSO VIRTUAL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN SOCIAL II

Macro Media Flash

Es un desarrollo que tiene la Web después de la segunda Guerra Mundial cuando aparece Red de redes, luego en los 80 la multimedia y luego la Intranet; después de ese disparo aparece los BMP, que son mapas de pits de Windows con una calidad buena pero unos formatos muy grandes. Después aparece un formato llamado JPG con una calidad aceptable y tamaño pequeño; luego surge otro formato de video pequeño GIF interactivo peor con baja calidad como son animados, entonces viene hacer un ciclo repetitivo en una serie de imágenes. Luego con las mismas necesidades de interactividad apareció SWF es un tipo de archivo pequeño para la Web, archivos que sirven para la versión de Flash porque su tamaño es pequeño, tiene alta calidad, es animado, interactivo y se puede programar.

Flash es una aplicación que trabaja sobre fotogramas que conllevan a una producción y a la entrega de contenidos interactivos para diferentes cibernauticos y sin importar la plataforma a donde se monte. Actualmente este programa es distribuido por Adobe Systems.

Inicialmente se llamaba macro media y crearon una suite de programas, como animaciones en flash, páginas Web, Dreaan Weaver, Gráficos Fireworks y diseño de plantillas Publicaciones-Freehand. Estos archivos de Flash aparecen en una página Web para ser vista por un navegador, estos aparecen a menudo como animaciones en sitios de la Web. Flash, se ha convertido en la actualidad en una herramienta eficiente de desarrollo completo en la creación de “elementos multimedia e interactivos para Internet”.

Diseño

Para su diseño se utilizará sólo el programa de Flash con sus herramientas correspondientes con un máximo de tiempo de cada movimiento o fotograma de tres segundos por 12 FPS en su escala de tiempo es igual a 36 capas.

El Intro o Plantilla Principal

Esta primera parte se le domina también como el “home”, llevará un fondo de color naranja con amarillo porque son colores alusivos a una fotografía de la Universidad Pontificia Bolivariana donde existe una fuente y se encuentra allí tres banderas la de Colombia, Santander y la de la UPB. Esta plantilla llevará un texto alusivo a la temática de la investigación realizada. Los link se encontrarán en esta misma plantilla en la parte superior e inferior de la misma. En una punta de ésta irá el escudo de la Universidad. En la parte superior siempre va estar ubicado

nombre de la materia con una animación y un fondo celeste.

Fases o Links

- Reseña (Información Institucional de la seccional de Bucaramanga)
- Diseño Instruccional
- Módulos de la asignatura (Módulo 1, módulo 2, módulo 3, módulo 4, módulo 5 y módulo 6)
- Enlaces virtuales
- Galería de fotos
- Videos
- Créditos
- Contáctenos

Luego se obtiene el contenido curricular correspondiente de cada Link o fase con la misma plantilla principal dentro de cada módulo irá los hipervínculos que los lleva a las diferentes actividades asignadas en cada uno de los módulos, por ejemplo, contienen lecturas, talleres, foros, video foros, entre otros. En cuanto al link de galería de fotos se recopilará un archivo de imágenes referentes a la asignatura y en el link de videos se mostrará videos extraídos de la página de YouTube.

Montaje: “Enredados virtualmente”

A continuación se verán pantallazos de cada link o fase correspondiente al montaje del curso virtual sus contenidos los podemos ver en anexos.

Figura 5. Plantilla Principal



Figura 6. Reseña



Figura 7. Diseño Instruccional



Figura 8. Módulos

INICIO | Reseña | Diseño metodológico | Módulo I | Módulo II | Módulo III | Módulo IV | Módulo V | Módulo VI

Plan de Actividades para el desarrollo de la asignatura Organización y Gestión Social II

Módulo 1

Módulo de Formación	La Comunicación y los procesos de desarrollo		
Meta de Aprendizaje	El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.		
Actividad de Aprendizaje	Reflexionar sobre la relación entre comunicación y desarrollo desde sus fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas.		
Competencia	Argumentar iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo.		
Unidades de aprendizaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teorías del desarrollo 2. Teorías de Comunicación 3. Enfoques teóricos de la comunicación para el desarrollo 		
Duración de la actividad	2 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio: <ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas dos modelos. Juan Serrano 2. La Comunicación 	Foro de Discusión: "Reflexiones sobre la comunicación y el desarrollo".
Aprendizaje colaborativo	Foro de discusión		

Módulo 2

Módulo de Formación	Fundamentación teórica		
Meta de Aprendizaje	El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.		
Actividad de Aprendizaje	Reflexionar sobre la relación entre comunicación y desarrollo desde sus fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas.		
Competencia	Argumentar iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo.		
Unidades de aprendizaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teorías de la acción colectiva 2. Teoría Estratégica 		
Duración de la actividad	2 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio: <ol style="list-style-type: none"> 1. Teoría de la Acción Colectiva: José Guadalupe Vargas 2. Una Nueva Teoría estratégica: Rafael Alberto Pérez 	Reflexión de la experiencia "Estrategia para el cambio social". Taller.
Aprendizaje basado en problemas	Análisis de experiencias Taller		
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		

Taller
Lecturas

Inicio de sesión | Cálculo de notas | Ver notas | Bitácora | Cuestionario | Comentario

Figura 9. Enlaces virtuales



Figura 10. Galería de imágenes



Figura 11. Videos



Figura 12. Bibliografía

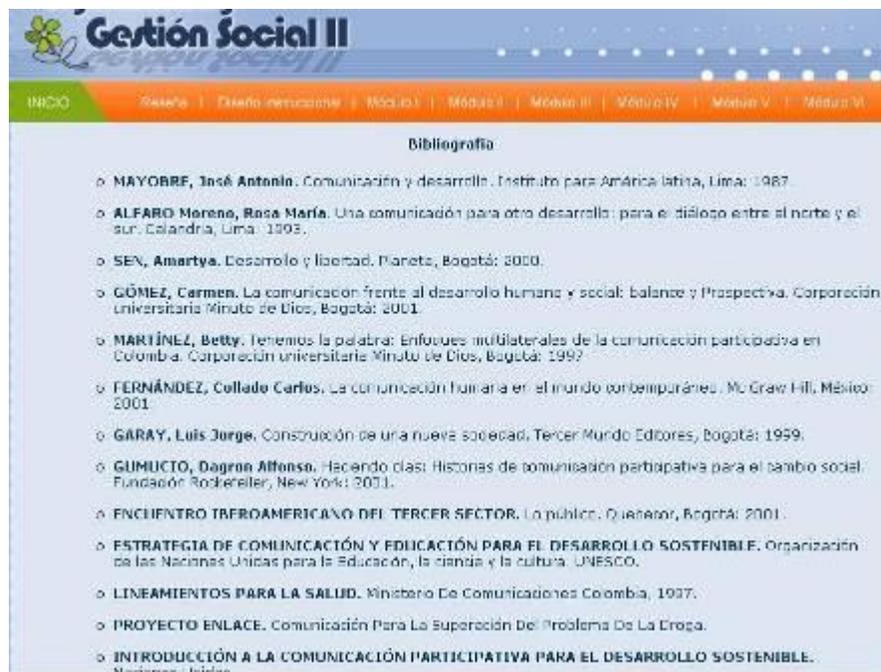


Figura 13. Créditos

The image shows a screenshot of a course credit page. At the top, the course title "Organización y Gestión Social II" is displayed in a blue header. Below the title, a navigation bar contains the text "Inicio", "Reserva", "Cursos Instructores", "Módulo I", "Módulo II", "Módulo III", "Módulo IV", "Módulo V", and "Módulo VI". The main content area features a portrait of Olga Ines Rueda Barrios on the left. To the right of the portrait, her name and title "Olga Ines Rueda Barrios" and "Licenciada" are listed. Below this, her affiliation is given as "Comunicadora Social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga y Máster Comunicación, Educación y Cultura de la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Trabajo en entornos virtuales del Ministerio de Educación Nacional de Colombia". A bulleted list of her experience follows: "vinculada al desarrollo de procesos de comunicación, organización y gestión social desde 1990"; "Ha realizado docencia, investigación y ejecución en radio, diseño de programación y evaluación de proyectos radiofónicos"; "Directora de tesis de grado, capacitadora y asesoría de comités comunitarios y experiencias de organización social y resultados del Programa de Desarrollo y Fomento Magdalena Medio y el Fondo de Población de las Naciones Unidas para el Desarrollo"; and "Actualmente Secretaria Académica de la Escuela de Ciencias Sociales de La Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga y docente de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la misma Universidad". At the bottom of the page, a footer contains the text "Equipo Instructivo", "Gestión de Contenidos", "Voces", "Didáctica", "Cálculo", and "Construcción".

Contáctenos

Este link contiene un programa Microsoft Outlook para mensajes instantáneos que lleguen directamente a mi correo personal, por si existe alguna sugerencia con respecto al curso.

8. PRESUPUESTO

CONCEPTO	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
COSTOS GENERALES		
Recursos Humanos	*Director de Audiovisuales *Director de Trabajo de Grado *Profesora encargada de Optativa II *Estudiante Jessica Alférez	*Director de Audiovisuales *Director de Trabajo de Grado *Profesora encargada de Optativa II *Estudiante Jessica Alférez
Recursos Materiales	2 Resmas de papel tamaño carta \$ 11.000 1 Cartucho B/N \$ 70.000 1 Cartucho color \$ 90.000 3 CD-R \$ 2.000 5 Carpetas plásticas \$ 1.500 100 Fotocopias \$ 50 1 Pilas \$ 2000 1 Filmadora ----- 1 Computador ----- Montaje del producto \$1.200.000 Video de Introducción \$100.000	\$ 22.000 \$ 70.000 \$ 90.000 \$ 6.000 \$ 7.500 \$ 5.000 \$ 2000 ----- ----- \$1.200.000 \$100.000
TOTAL		\$ 1.502.500
Imprevistos		\$100.000
VALOR TOTAL NETO		\$1.602.500

9. CONCLUSIONES

- No cabe la menor duda que en el momento de llevar a cabo el curso la implementación de las TIC's van a redundar de forma positiva en el proceso de enseñanza-aprendizaje, mejora la práctica docente y contribuye en el enriquecimiento para la formación del estudiante.
- El Programa de Comunicación Social - Periodismo debe tener de forma clara y definida en su plan institucional los lineamientos y las políticas que permitan tomar decisiones frente a los cambios tecnológicos, sin llegar a perder su identidad ni sus funciones sustantivas frente a esta realidad.
- Es importante que la Universidad Pontificia Bolivariana adopte un modelo claro que precise el uso de las Nuevas Tecnologías dentro de su oferta curricular, es decir, deben existir lineamientos y políticas que vislumbren la relación de la educación y las Nuevas Tecnologías, como quiera, que se convierten en un aspecto determinante dentro de los procesos tanto de oferta educativa como de competencia, ya no diferencial, sino casi obligatoria frente a otras instituciones de educación superior.
- Es importante que la Universidad propicie la capacitación y asesoría a los nuevos profesionales para que asuman una postura comprometida, crítica y creativa frente al uso de estas nuevas metodologías.
- Es necesario fomentar programas en áreas de conocimiento y modalidades consideradas de interés prioritario para el desarrollo del país o determinadas regiones, así mismo, sería importante hacer seguimiento a éste tipo de prácticas de manera que se puedan establecer estrategias claras para la disminución de la brecha digital.
- Es importante que exista apoyo académico, tecnológico y financiero para el desarrollo de propuestas en Nuevas Tecnologías.
- Es importante fortalecer la formación de los estudiantes en aspectos conceptuales para analizar los cambios que generen nuevas formas de comunicación a partir de la virtualidad, así como el manejo de programas de diseño para este tipo de cursos.

10. RECOMENDACIONES

- Fortalecer la formación de los estudiantes hacia una postura comprometida, crítica y creativa que permita el interés por generar procesos de comunicación educativa.
- Ofertar programas en determinadas disciplinas que requieren el servicio de la educación superior.
- Fomentar programas en áreas de conocimiento y modalidades consideradas de interés prioritario para el desarrollo del país o determinadas regiones.
- Apoyo académico, tecnológico y financiero a aquel programa que demuestren haber alcanzado mayor nivel de calidad.
- Y por último, una tarea muy importante que debe cumplir el Coordinador Informático para que se consolide la utilización de las TIC, en todos los niveles del Programa de Comunicación Social – periodismo, es la de soporte técnico. Bien sea porque él mismo suministre dicho soporte o porque lo coordine, es crucial que éste se preste adecuadamente y a tiempo. Cuando las personas se inician en el uso de las TIC, demandan mucho soporte en su sitio de trabajo, generalmente para absolver dudas, recordar cómo realizar algunas tareas, etc.; El Programa debe prever esta situación y definir cómo y con quién la va a atender. Sin embargo, a medida que los docentes van adquiriendo confianza en el uso de TIC, requieren menos soporte.

BIBLIOGRAFIA

ALFARO, Rosa M. Una Comunicación Para Otro Desarrollo. Calandria: Perú, 1996.

BAYONA, Lizeth Karina. Diseño y montaje de los contenidos de la materia de Microeconomía en formato digital apoyado en el software Learning Space. Ingeniería Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana. 2004

BRIONES, Guillermo. La Investigación de la Comunidad. Bogotá: CAB, 1996.

BRUNETTI Vicente. Proyecto de capacitación en comunicación para el desarrollo, Asunción: 1992

CIESPAL, Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina. Comunicación social y desarrollo: Compendios de investigación de y sobre América Latina, 1997.

FERNADEZ COLLADO, Carlos. La comunicación humana en el mundo contemporáneo. MC Graw Hill, México: 2001.

GALINDO, Luís Jesús. Técnicas de investigación en sociedad, cultura y educación: Buenos Aires.

GARAY, Luís Jorge. Construcción de una nueva sociedad. Tercer Mundo Editores, Bogotá: 1999.

GENTE. Aula Virtual: Una alternativa en educación superior. Bucaramanga, Colombia. División Editorial y de Publicaciones UIS (Universidad Industrial de Santander), 2003.

GOMEZ, Carmen. La comunicación frente al desarrollo humano y social: balance y prospectiva. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá: 2001.

GONZÁLEZ ÁLVAREZ, Luís José. La educación Superior a distancia en Colombia: visión histórica y lineamientos para su gestión. Bogotá D.C. Colombia, Primera edición, Procesos editoriales ICFES, 2002.

GUMUCCIO DRAGÓN, Alfonso: Haciendo Olas: Historias de Comunicación participativa para el cambio social.

MARTINEZ, Betty. Tenemos la palabra: Enfoques multilaterales de la

comunicación participativa en Colombia. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá. 1997.

MAYORBE, José Antonio. Comunicación y desarrollo. Instituto para América Latina, Lima: 1987.

MIRALLES, Ana María. Comunicación para el Desarrollo Urbano, Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín.

MURCÍA FLORIAN, Jorge Hernando. Redes del saber: Investigación virtual, proceso educativo y autoformación integral. Bogotá D.C Colombia, primera edición, Cooperativa Editorial Magisterio, 2004.

PÉREZ TORNERO, José Manuel. Comunicación y educación en la sociedad de la información. Editorial Paidós. Barcelona, España, 2000.

ROVEDA, Antonio. Enfoque Multilaterales de la Comunicación Participativa en Colombia. Bogotá: CUMD, 1997.

RUIZ DÁVILA, María. CALLEJO, María Luz. GONZÁLEZ, María Esther. FERNÁNDEZ, Mercedes. Las TIC, un reto para nuevos aprendizajes: Usar información, comunicarse y utilizar recursos. Madrid, España. Nancea Ediciones, 2004.

SABINO, Carlos. El proceso de la investigación científica. Buenos Aires: El CIC Editor. 1978

SALAMANGA, Luis Guillermo, Comunicación Para la Superación del Problema de la Droga, Proyecto ENLACE.

SEN, Amartya. Desarrollo y Libertad. Premio Nóbel de Economía. 3a.edición Bogotá: Planeta, c2000.

TOBÓN, Sergio. Competencias en la Educación Superior: Políticas hacia la calidad. Bogotá, D.C. Colombia, Primera edición, Ecoe ediciones Ltda., 2006.

TORRES CARILLO A. Aprender a Investigar en Comunidad I. Bogotá: Unisur, 1995.

BIBLIONET

COLEGIO VIRTUAL. (Tecnología para los educadores de este siglo) (Consultado en marzo 2 del 2008) http://www.colegiovirtual.org/pr05_00.html

CURSOS A DISTANCIA (On line) (Consultado en febrero 13 del 2008)<http://www.1.ceit.es/Asignaturas/Ecologia/Distancia/EnseDist.htm>-
Documento (On line) (Consultado en marzo 2 del 2008)
<http://www.esmucho.net/documento.asp?id=595>

EDUCACIÓN VIRTUAL:(Aulas sin paredes) (Consultado en febrero 13 del 2008)
<http://www.educar.org/articulos/educacionvirtual.asp>

ITESMCAMPUSMONTERREY (Introducción al uso de Learning Space)
(Consultado en febrero 08 del 2008)
<http://www.mty.itesm.mx/rectoria/dda/usols/home.html> (Consultado en enero 20 del 2008) <http://www.ocy.org.co7/novedades.php>

UNAB. (Noticias) (Consultado en noviembre 10 del 2008)
<http://www.unabvirtual.edu.co/noticia.php?id=577>

UNAB. (On line) (Consultado en noviembre 10 del 2008)
<http://www.unabvirtual.edu.co/contenido.php?id=13>

GLOSARIO

ADOBE FLASH: (FI) es una aplicación en forma de estudio de animación que trabaja sobre "*Fotogramas*" destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para diferentes audiencias alrededor del mundo sin importar la plataforma. Es actualmente escrito y distribuido por Adobe Systems, y utiliza gráficos vectoriales e imágenes ráster, sonido, código de programa, flujo de vídeo y audio bidireccional (el flujo de subida sólo está disponible si se usa conjuntamente con Macromedia Flash Communication Server). En sentido estricto, Flash es el entorno y Flash Player es el programa de máquina virtual utilizado para ejecutar los archivos generados con Flash. Los archivos de Flash, que tienen generalmente la extensión de archivo SWF, pueden aparecer en una página Web para ser vista en un navegador, o pueden ser reproducidos independientemente por un reproductor Flash. Los archivos de Flash aparecen muy a menudo como animaciones en páginas Web y sitios Web multimedia,

ADOBE SYSTEMS INCORPORATED: es una empresa de software con sede en San José (California, USA) fundada en Diciembre de 1982 por John Warnock y Charles Geschke. Destaca en el mundo del software por sus programas de edición de páginas web, vídeo e imagen digital. Adobe jugó un rol significativo en comenzar la revolución de la autoedición cuando Apple Computer comenzó a utilizar PostScript para su línea de impresoras LaserWriter en 1985.

CIBERNAUTA: persona que utiliza las redes informáticas de comunicación.

COMUNICACIÓN SOCIAL: se entiende generalmente al contenido que brindan los medios de comunicación como diarios, radios, televisión e Internet.

COMUNIDADES: es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, o de animales que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles. Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o meta de un objetivo en común, como puede ser el bien común; sin bien esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

DISEÑO INSTRUCCIONAL: es el proceso que genera especificaciones instruccionales por medio del uso de teorías instruccionales y teorías de aprendizaje para asegurar que se alcanzarán los objetivos planteados.

EDUCACIÓN SUPERIOR: se refiere al proceso, los centros y las instituciones educacionales que están después de la educación secundaria o media. En ella se puede obtener una titulación superior. Ejemplo: las Universidades que ofrecen cursos de aprendizaje como una carrera profesional, diplomados, postgrados.

EDUCACIÓN VIRTUAL: la definición de educación virtual no varía mucho en relación con la definición de educación presencial, dado que la única diferencia se da en los medios empleados para establecer la comunicación entre los actores del proceso educativo. Este elemento que diferencia a la educación tradicional presencial de la virtual, le otorga algunas características que para una gran parte del potencial mercado educativo pueden ser muy benéficas, tales como la flexibilidad en el manejo del tiempo y el espacio.

El concepto puede ser mejor comprendido si se mira desde la perspectiva de la educación a distancia pero con las posibilidades más sofisticadas de comunicación que ofrecen las TIC`s hoy en día.

En el diseño instruccional se hace un completo análisis de las necesidades y metas educativas a cumplir y posteriormente se diseña e implementa un mecanismo que permita alcanzar esos objetivos. Así, este proceso involucra el desarrollo de materiales y actividades instruccionales, y luego las pruebas y evaluaciones de las actividades del alumno.

ESTRUCTURACIÓN MODULAR: es la construcción de una estructura curricular modular de las asignaturas con características de flexibilidad y dinamismo garantizando un diseño curricular a partir de la visión de las competencias. Por ejemplo en módulos de formación, en unidades de aprendizaje o de actividades de formación los cuales pueden ser modificados dependiendo de la visión del docente.

FORMACIÓN POR COMPETENCIAS: las competencias son aquellos comportamientos, destrezas y actitudes visibles que las personas aportan en un ámbito específico de actividad para desempeñarse de manera eficaz y satisfactoria y consisten en la capacidad de vincular los conocimientos teóricos de las personas, El Saber, con ciertas destrezas prácticas, El Hacer, convirtiéndolo en un Saber Hacer, que facilitará el acercamiento del mundo de la educación superior y el mercado laboral.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: (del inglés *Knowledge Management*) es un concepto aplicado en las organizaciones, que pretende transferir el conocimiento y experiencia existente entre sus miembros, de modo que pueda ser utilizado como un recurso disponible para otros en la organización.

GESTIÓN SOCIAL: el proceso completo de acciones y toma de decisiones que

hay que recorrer, desde el abordaje de un problema, su estudio y comprensión, hasta el diseño y operación de propuestas en la realidad. Proceso que implica un aprendizaje conjunto y continuo para los grupos sociales, que les permite incidir en los procesos de la toma de decisiones dentro de la dimensión política. Es por esta razón que, el adjetivo social califica a la gestión. Aclaremos con esto, que nuestro concepto de gestión no se limita a la gestión administrativa.

HIPERMEDIOS: o uniones interactivas de información que incluyen texto, imágenes, gráficos animados, sonidos, etc.

HIPERTEXTOS: son considerados como una organización no lineal de acceso a la información textual.

INTERNET: nexo común de todos los sistemas que integran la RED o el uso de protocolos de comunicación. Internet es la red global de computadoras interconectadas. Red de redes de cobertura global, con acceso abierto y activo, de beneficio común e intercambio de información.

LA ANIMACIÓN: es aquella técnica para dar sensación de movimiento a imágenes o dibujos. Para realizar animación existen numerosas técnicas que van más allá de los familiares dibujos animados. Los cuadros se pueden generar dibujando, pintando, o fotografiando los minúsculos cambios hechos repetidamente a un modelo de la realidad o a un modelo tridimensional virtual; también es posible animar objetos de la realidad y actores.

Las principales funciones del LMS son: gestionar usuarios, recursos y actividades de formación, administrar el acceso, controlar y hacer seguimiento del proceso de aprendizaje, realizar evaluaciones, generar informes, gestionar servicios de comunicación como foros de discusión, videoconferencias, entre otros.

LAS TIC'S: Son Instrumentos y procesos utilizados para recuperar, almacenar, organizar, manejar, producir, presentar e intercambiar información por medios electrónicos y automáticos. Optimizan el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación. Permiten actuar sobre la información y generar mayor conocimiento e inteligencia. Abarcan todos los ámbitos de la experiencia humana. Están en todas partes y modifican los ámbitos de la experiencia cotidiana: el trabajo, las formas de estudiar, las modalidades para comprar y vender, los trámites, el aprendizaje y el acceso a la salud, entre otros, las TIC son aquellas tecnologías que permiten transmitir, procesar y difundir información de manera instantánea. Son consideradas la base para reducir la Brecha Digital sobre la que se tiene que construir una Sociedad de la Información y una Economía del Conocimiento.

MACROMEDIA: era una empresa de software de gráficos y desarrollo Web con centrales en San Francisco, California, fue formada en 1992.

MULTIMEDIA: referidos a los múltiples formatos de medios para la presentación de la información.

NAVEGADOR WEB: software que permite al usuario recuperar y visualizar documentos de hipertexto desde servidores Web a través de Internet. es una aplicación software que permite al usuario recuperar y visualizar documentos de hipertexto, comúnmente descritos en HTML, desde servidores Web de todo el mundo a través de Internet.

NUEVAS TECNOLOGÍAS: hace referencia a lo últimos desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones (programas, procesos y aplicaciones). Se centran en los procesos de comunicación y los agrupamos en tres áreas: La informática, el video y la telecomunicación, con interrelaciones y desarrollos a más de un área.

ORGANIZACIÓN: son sistemas diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico. Grupo social compuesto por personas, tareas y administración, que forman una estructura sistemática de relaciones de interacción, tendientes a producir bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un entorno y así poder satisfacer su propósito distintivo que es su misión. Las organizaciones son sistemas sociales

PLANEACIÓN CURRICULAR: la planeación curricular corresponde al plan de los procesos teóricos-prácticos, es como un recorrido histórico del currículum: origen de una concepción y práctica. Son los fundamentos conceptuales y contexto de las teorías curriculares. Son las modalidades del currículum e implicaciones teóricas-metodológicas. Con características de los diseños curriculares, para cada postura teórica y la orientación de los proyectos curriculares actuales: la naturaleza proyectiva integral y estratégica.

PLATAFORMA LMS (LEARNING MANAGEMENT SYSTEM): es un Sistema de Gerencia de Aprendizaje.

SWF: es un formato de archivo de gráficos vectoriales creado por la empresa Macromedia (actualmente Adobe Systems). Los archivos SWF suelen ser suficientemente pequeños para ser publicados en la World Wide Web en forma de animaciones o applets con diversas funciones y grados de interactividad. También son usados frecuentemente para crear animaciones y gráficos en otros medios, como menús para películas en DVD y anuncios de televisión.

TUTOR: es el intermediario entre los estudiantes virtuales y computador. Se

encarga de brindar un espacio de aprendizaje virtual de forma interactiva.

Un LMS es un programa (software) instalado en un servidor, que sirve para administrar, distribuir y controlar las actividades de formación presencial o e-Learning de una organización.

Usualmente el proceso requiere técnicas para capturar, organizar, almacenar el conocimiento de los trabajadores, para transformarlo en un activo intelectual que preste beneficios y se pueda compartir.

WEB: el sistema de documentos interconectados por enlaces de hipertexto, que se ejecutan en Internet

ANEXOS

Anexo A. Contenidos del montaje del curso (Links)

- **Reseña (Información de la UPB):**

Historia:

El 15 de Septiembre de 1936, por Decreto del señor Arzobispo de la ciudad de Medellín Monseñor Tiberio de Jesús Salazar y Herrera, se funda la Universidad Católica Bolivariana, siendo su primer rector Monseñor Manuel José Sierra. Inició su actividad académica con 78 estudiantes matriculados en la Facultad de Derecho.

Nueve años después, el 16 de Agosto de 1945, como reconocimiento a su trabajo evangelizador, Su Santidad Pío XII le otorga el título de "Pontificia" y desde entonces se conoce como Universidad Pontificia Bolivariana.

Los principios de humanismo cristiano, el magisterio de la Iglesia y los ideales del libertador Simón Bolívar son desde la fundación de la UPB, el horizonte de la sólida formación e instrucción científica, tecnológica y humana con la que se forman nuestros educandos, líderes que contribuyen al desarrollo del país.

La excelencia académica durante varias décadas, ha permitido que la Universidad Pontificia Bolivariana, hoy sea miembro de reconocidas organizaciones como la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, la Federación Internacional de Universidades Católicas FIUC, la Unión de Universidades de América Latina UDUAL, la Asociación Internacional de Universidades AIU, la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrados AUIP y la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana ATEI.

Actualmente la UPB cuenta con tres seccionales, las cuales tienen sus sedes en las ciudades de Bucaramanga, Montería y Palmira y una Unidad de Proyección y Gestión en Bogotá. Así mismo hace presencia en gran parte del territorio nacional y en algunos países de Centroamérica gracias a sus programas de extensión.

La Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

A mediados de 1988 se revive la iniciativa arquidiocesana de fundar para el nor-orientes colombiano una Universidad Católica, al servicio del hombre y de la sociedad, que brinde formación integral a los profesionales, para que a través de la investigación y el servicio a la comunidad trabajen por el cambio hacia una nueva sociedad.

Fue así como el 11 de octubre de 1988 se firma el acta de intención, con la cual se concreta este sueño y desde entonces, la Seccional acoge como propios la misión y los principios fundamentales que rigen a toda la UPB.

La Seccional Bucaramanga nace por interés de un grupo entusiasta de religiosos, empresarios, profesionales y educadores, entre quienes vale destacar a sus promotores los doctores: Luis Enrique Aramburo Bolaños, Luis Alfonso Díaz Nieto, Sergio Gamboa Sepúlveda, Álvaro García Pinzón, Hernán Porras Díaz, Jorge E.

Viccini Ramírez (q.e.p.d.), Mons. Isaías Duarte Cancino (q.e.p.d.), Mons. Darío Múnera Vélez y Mons. Néstor Navarro Barrera; quienes bajo la orientación y el apoyo del entonces Arzobispo de la ciudad, Mons. Héctor Rueda Hernández, hicieron realidad este gran sueño.

El funcionamiento de la UPB Seccional Bucaramanga, está autorizado por el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior -ICFES, según Acuerdo No. 083 del 12 de julio de 1990. Con este aval inicia labores académicas el segundo semestre de 1991 con el programa de pregrado de Ingeniería Electrónica. En ese momento y hasta 1998 la Rectoría estuvo bajo la dirección de Mons. Jesús Quirós Crispín (q.e.p.d.), posteriormente fue elegido Mons. Néstor Navarro Barrera y a partir del 2007 fue designado para este cargo Mons. Primitivo Sierra Cano.

La UPB Bucaramanga desde 1998 tiene su sede, ubicada en el Km. 7 de la Autopista que de Bucaramanga conduce a Piedecuesta. Es un proyecto arquitectónico moderno que contempla un campus universitario con un área construida de aproximadamente 35.000 metros cuadrados que serán desarrollados en cinco etapas, de las cuales están en funcionamiento las dos primeras con un total de 10 edificios.

En la actualidad la Seccional se encuentra bien posicionada en el medio universitario y goza de gran prestigio en el ámbito local y regional, cuenta con cerca de 4000 estudiantes de pregrado y postgrado agrupados en 11 carreras, 2 de ellas con acreditación de alta calidad (Ing. Electrónica y Psicología) y 13 especializaciones. Todos estos programas poseen Registro Calificado.

Además de la alta calidad académica y la solidez financiera, que ubican a la institución en uno de los primeros lugares de la ciudad, cabe destacar su balance social, en aportes como: becas, ayudas y rebajas a los estudiantes y empleados de más escasos recursos lo que significa una suma significativa en la vida de la Universidad.

Misión

La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como misión la formación integral de las personas que la constituyen, mediante la evangelización de la cultura, la búsqueda constante de la verdad, en los procesos de docencia, investigación, proyección social y la reafirmación de los valores desde el humanismo cristiano, para el bien de la sociedad.

Visión

La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como visión, ser una institución católica de excelencia educativa en la formación integral de las personas, con liderazgo ético, científico, empresarial y social al servicio del país.

Valores

La Universidad Pontificia Bolivariana como institución educativa de la Iglesia

Católica, promueve y apoya, desde el Espíritu del Evangelio, los siguientes valores:

- Reconocimiento y respeto por cada una de las personas, sin discriminación alguna.
- La búsqueda de la verdad y el conocimiento.
- La solidaridad.
- La justicia.
- La honradez.
- La creatividad e innovación.
- La lealtad.
- El compromiso con la paz y el desarrollo del país.

Los intereses de cada persona deben armonizarse con los de la Institución.

- **Créditos: (Información del Tutor)**

Tutor: Olga Beatriz Rueda Barrios

Comunicadora Social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga y Master Comunicación, Educación y Cultura de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Tutora en ambientes virtuales del Ministerio de Educación Nacional de Colombia. Vinculada al desarrollo de proyectos de comunicación, organización y gestión social desde 1.996. Ha realizado docencia, investigación, producción en radio, diseño de programación y evaluación de prácticas radiofónicas. Directora de tesis de grado, capacitadora y asesora de emisoras comunitarias y experiencias de organización social vinculadas al Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio y el Fondo de Población de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Actualmente Secretaria Académica de la Escuela de Ciencias Sociales de La Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga y docente de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la misma Universidad.

MÓDULOS

- La Comunicación y los procesos de desarrollo
- Fundamentación teórica
- Enfoques de Comunicación e información en el Desarrollo
- Fundamentación conceptual para el diseño de estrategias de comunicación
- Experiencias de Estrategias de Comunicación
- Evaluación y análisis de la sostenibilidad de un proceso de comunicación

Módulo 1

Módulo de Formación	La Comunicación y los procesos de desarrollo		
Meta de Aprendizaje	El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.		
Actividad de Aprendizaje	Reflexionar sobre la relación entre comunicación y desarrollo desde sus fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas.		
Competencia	Argumentar iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo.		
Unidades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teorías del desarrollo ▪ Teorías de Comunicación ▪ Enfoques teóricos de la comunicación para el desarrollo 		
Duración de la actividad	2 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas dos modelos. Jean Servaes ▪ La Comunicación en el pensamiento de Paulo Freire, Elizabeth Safar 	Foro de Discusión “Reflexiones sobre la comunicación y el desarrollo”.
Aprendizaje Interactivo	Foro de discusión		
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		

Módulo 2

Módulo de Formación	Fundamentación teórica		
Meta de Aprendizaje	El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.		
Actividad de Aprendizaje	Reflexionar sobre la relación entre comunicación y desarrollo desde sus fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas.		
Competencia	Argumentar iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo.		
Unidades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teorías de la acción colectiva ▪ Teoría Estratégica 		
Duración de la actividad	2 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teoría de la Acción Colectiva: José Guadalupe Vargas ▪ Una Nueva Teoría estratégica: Rafael Alberto Pérez 	Reflexión de la experiencia “Estrategia para el cambio social”. Taller.
Aprendizaje basado en problemas	Análisis de experiencias Taller		
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		

Módulo 3

Módulo de Formación	Enfoques de Comunicación e información en el Desarrollo		
Meta de Aprendizaje	El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.		
Actividad de Aprendizaje	<p>Promover la comunicación como eje de procesos sociales y como ejercicio democrático que privilegia la participación en busca de una dimensión humana del desarrollo.</p> <p>Reconocer desde diversas experiencias las posibilidades de acción de la comunicación para el desarrollo. (Cultura, medio ambiente, educación, medios masivos y alternativos, entre otros).</p>		
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Argumentar iniciativas de comunicación enfocadas al desarrollo. ▪ Disponer de competencias comunicativas que le permitan acercarse de manera asertiva a diferentes fenómenos sociales. 		
Unidades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación y programas de desarrollo ▪ Capacidades y funciones de la comunicación para el desarrollo ▪ Tendencias de la Comunicación para el Desarrollo 		
Duración de la actividad	3 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio ▪ Enfoques de comunicación e información en el desarrollo Hernán Salamanca Uribe. Proyecto Enlace.	Taller: Cultura Democrática
Aprendizaje colaborativo	Taller Tutoría		

Módulo 4

Módulo de Formación	Fundamentación conceptual para el diseño de estrategias de comunicación		
Meta de Aprendizaje	El estudiante tendrá elementos conceptuales que le permitirán diseñar estrategias de comunicación que propicien la trascendencia al hacer de las comunidades involucradas.		
Actividad de Aprendizaje	Promover la comunicación como eje de procesos sociales y como ejercicio democrático que privilegia la participación en busca de una dimensión humana del desarrollo.		
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación para el desarrollo. ▪ Intervenir en procesos sociales de manera pertinente. ▪ Definir de manera creativa las herramientas, medios y espacios que se requieren en los procesos de intervención social. 		
Unidades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ámbitos relevantes para la construcción de estrategias de comunicación. ▪ Planteamiento de problemas como base para el diseño de estrategias de comunicación. ▪ Enfoques de comunicación ▪ Organización de la estrategia de comunicación para el desarrollo 		
Duración de la actividad	4 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio ▪ DCP –Diagnóstico de Comunicación Participativa- ▪ Organización de la estrategia de comunicación. ▪ Definición de la estrategia de comunicación.	Cine – Foro: La Estrategia del Caracol.
Aprendizaje basado en problemas	Análisis de experiencias Taller		Taller
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		Foro de discusión: intercambio de experiencias de estrategias de comunicación.
Aprendizaje interactivo	Cine-foro Foro de discusión		

Módulo 5

Módulo de Formación		Experiencias de Estrategias de Comunicación	
Meta de Aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> El estudiante estará en capacidad de identificar estrategias pertinentes de intervención que posibiliten la transformación de los procesos sociales de manera asertiva. 	
Actividad de Aprendizaje		Reconocer desde diversas experiencias las posibilidades de acción de la comunicación para el desarrollo. (Cultura, medio ambiente, educación, medios masivos y alternativos, entre otros).	
Competencia		<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación para el desarrollo. Definir de manera creativa las herramientas, medios y espacios que se requieren en los procesos de intervención social. 	
Unidades de aprendizaje		<ul style="list-style-type: none"> Diversas experiencias de comunicación en cultura, salud, medio ambiente, entre otros. 	
Duración de la actividad		2 Semanas	
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio <ul style="list-style-type: none"> Modelos adoptados en Colombia para la superación del problema de la Droga La Comunicación, el desarrollo, el comportamiento y la salud 	<ul style="list-style-type: none"> Taller El problema de la Droga y su relación con la Comunicación Foro de discusión: La Comunicación y las responsabilidades de los diferentes actores frente a las prioridades de salud del SGSSS
Aprendizaje basado en problemas	Análisis de experiencias Taller		
Aprendizaje colaborativo	Tutoría		
Aprendizaje interactivo	Foro de discusión		

Módulo 6

Módulo de Formación	Evaluación y análisis de la sostenibilidad de un proceso de comunicación		
Meta de Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El estudiante tendrá los elementos necesarios para reflexionar de manera crítica, dinámica y propositiva sobre procesos de comunicación que promuevan una vinculación activa de los actores sociales. 		
Actividad de Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Validar los procesos sociales y sus dinámicas como escenarios generadores de transformación para la sociedad. ▪ Reconocer desde diversas experiencias las posibilidades de acción de la comunicación para el desarrollo. (Cultura, medio ambiente, educación, medios masivos y alternativos, entre otros). 		
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Validar desde la argumentación la importancia de la intervención del comunicador social en la construcción de procesos sociales. 		
Unidades de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodología ▪ Aspectos y variables a evaluar ▪ Matrices de trabajo 		
Duración de la actividad	4 Semanas		
Estrategia de enseñanza aprendizaje	Técnica	Ruta de estudio	Ruta de reflexión y análisis
Aprendizaje individual	Análisis e interpretación de lecturas	Material de estudio <ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluación y análisis de la sostenibilidad de un proceso de comunicación. 	Evaluación de una estrategia de comunicación.
Aprendizaje por descubrimiento	Proyecto		

LECTURAS DE LOS MÓDULOS:

MÓDULO 1: La Comunicación y los procesos de desarrollo

Material de estudio:

1. Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas dos modelos, Jean Servaes.
2. La Comunicación en el pensamiento de Paulo Freire, Elizabeth Safar.

- Damos clic para seguir el vínculo e interpretar y analizar la lectura siguiente:

Lectura1: <http://www.infoamerica.org/selecciones/articulo2.htm>

Lectura2: En este link seguimos el vínculo para hallar la lectura correspondiente:
http://www.revele.com.ve/pdf/anuario_ininco/vol1-n13/pag151.pdf

LECTURA1: COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: TRES PARADIGMAS, DOS MODELOS

Introducción

Los medios de comunicación son utilizados generalmente, en el contexto del desarrollo, para promover estrategias de cambio social mediante la divulgación de mensajes que interpelan al público para que apoye a los proyectos orientados hacia el desarrollo. Aunque dichas estrategias divergen ampliamente en los países en desarrollo, el patrón usual de radiodifusión ha sido el mismo: informar a la población sobre los proyectos, mostrar las ventajas de estas iniciativas y recomendar que sean apoyados. Un ejemplo típico de dicha estrategia se sitúa en el área de la planificación familiar, donde la comunicación incluye afiches, folletos, radio y televisión para persuadir al público que acepte los distintos métodos de control de la natalidad. Estrategias similares son empleadas en campañas relacionadas con salud y nutrición, proyectos agrícolas, educación, etc. Este modelo ve al proceso de comunicación como un mensaje que fluye desde un emisor hasta un receptor. Esta perspectiva jerárquica de la comunicación puede resumirse en la clásica fórmula de Laswell ¿Quién dice qué a quién a través de qué canal y con qué efecto? y se originó principalmente en Estados Unidos de América con la investigación en difusión y las campañas de comunicación de finales de los '40 y los '50.

El académico norteamericano Everett Rogers es identificado como la persona que introdujo la teoría de la difusión en el contexto del estudio y la práctica del desarrollo. La modernización es concebida desde dicha teoría como un proceso de difusión en el cual los individuos transitan desde una forma de vida tradicional hacia un modo de vida más desarrollado técnicamente y más rápidamente cambiante. Su teoría se funda básicamente en la investigación sociológica de sociedades agrarias y Rogers destacó la importancia de la difusión y la adopción

de innovaciones dentro de los procesos de innovación cultural. Este enfoque está, entonces, interesado en el proceso de difusión y adopción de innovaciones. Los medios masivos son importantes en la divulgación de nuevas posibilidades y prácticas, pero la comunicación interpersonal es más influyente en la etapa en que se toma la decisión de adoptar o rechazar la innovación. En consecuencia, la conclusión general de esta línea de pensamiento es que la comunicación masiva es menos importante que la influencia personal para obtener un efecto directo en la conducta social. Las perspectivas más actuales de la comunicación para el desarrollo sostienen que éste es un enfoque limitado de la comunicación para el cambio social. Indican que este modelo de la difusión es una perspectiva vertical y de un sólo sentido de la comunicación y que la activa participación en el proceso de comunicación en sí mismo aceleraría el desarrollo. La investigación ha mostrado que los grupos del público pueden obtener información de las fuentes impersonales como la radio y la televisión pero esta información tiene relativamente poco efecto en los cambios de conducta. Y el desarrollo requiere de tales cambios. Una investigación similar llegó a la conclusión de que se aprende más en los contactos interpersonales y en las comunicaciones masivas basadas en ellos. En el nivel más elemental, antes de que la gente pueda discutir y resolver problemas, debe estar informada sobre los hechos y esa información es provista por los medios de comunicación a nivel nacional, regional y localmente. Al mismo tiempo, si los medios son suficientemente accesibles, el público puede hacer conocer sus necesidades de información.

Por lo tanto, según entiende este enfoque más nuevo, el punto de partida debe ser la comunidad. Es a nivel de la comunidad local donde se discuten los problemas de las condiciones de vida y donde se concretan las interacciones con otras comunidades. La forma más desarrollada de participación es la autogestión. Este principio implica el derecho de participar en la planificación y producción del contenido de los medios. Sin embargo, no cualquiera desea o puede estar involucrado en su implementación práctica. Lo más importante es que la participación sea posible en el proceso de decisión respecto de los temas tratados en los mensajes y sobre los procedimientos de selección de los mensajes. Uno de los rasgos fundamentales de la decisión de adoptar la estrategia participativa es la discusión de las jerarquías existentes. No obstante, la participación no implica que no haya un espacio amplio para especialistas del desarrollo, planificadores y líderes institucionales. Esto significa que los puntos de vista del público son considerados antes de que los recursos de los proyectos de desarrollo sean definidos y distribuidos y que las sugerencias de cambios en las políticas sean tomadas en consideración.

En el primer capítulo presentamos los conceptos generales normalmente considerados en las discusiones de la comunicación para el desarrollo. Abordaremos la temática desde una perspectiva histórica. Primero, en la teoría

uno observa un movimiento desde las teorías de la modernización y dependencia hacia enfoques más normativos y holísticos. Hemos intentado agrupar estos nuevos enfoques como “un mundo, múltiples culturas” o “multiplicidad”.

1. Cambiantes teorías del desarrollo

1.1. Modernización

Contexto histórico

Después de la Segunda Guerra Mundial el financiamiento de las Naciones Unidas estimuló las relaciones entre los estados soberanos, especialmente entre las naciones del Atlántico Norte y los países en desarrollo, incluyendo a los nuevos estados emergentes de un pasado colonial. Durante el período de la Guerra Fría los superpoderes —Estados Unidos y la desaparecida Unión Soviética— trataron de expandir sus propios intereses hacia los países en desarrollo. De hecho, Estados Unidos fue definiendo al desarrollo como la replica de su sistema político-económico y abriendo el camino para las corporaciones transnacionales. Al mismo tiempo, los países en desarrollo vieron al “estado de bienestar” de las naciones del Atlántico Norte como la meta última del desarrollo. Dichos países fueron atraídos por la transferencia de nueva tecnología y el modelo de un estado centralizado, con una cuidadosa planificación económica y burocracias del desarrollo centralmente dirigidas para la agricultura, la educación y la salud, como la más efectiva estrategia para actualizarse respecto de los países industrializados.

Modernización y desarrollo

El paradigma de la modernización, predominante en los círculos académicos entre alrededor de 1945 y 1965, apoyó la transferencia de tecnología y de la cultura sociopolítica desde las sociedades desarrolladas hacia las sociedades tradicionales. El desarrollo fue definido como *crecimiento* económico. La idea central es una perspectiva de evolución, que implica al desarrollo concebido primero como direccional y acumulativo, segundo, como predeterminado e irreversible, tercero, progresivo y, cuarto, como inmanente con referencia al estado nación. Las sociedades occidentales desarrolladas o modernas eran consideradas las metas últimas que se esforzaban por alcanzar las sociedades menos desarrolladas.

Todas las sociedades podrían evolucionar, pasando por *etapas* similares, hacia un punto común: la sociedad moderna. Para ser una sociedad moderna, tienen que ser modificadas las actitudes de las personas “atrasadas” su tradicionalismo, mal gusto, superstición, fatalismo, etc. que constituyen obstáculos y barreras de las sociedades tradicionales. Las diferencias entre naciones son explicadas en términos del grado de desarrollo antes que por la naturaleza básica de cada una. Por lo tanto, el problema central del desarrollo se pensaba en torno a la cuestión de “cubrir la brecha” y “actualizarse” por medio de un proceso de imitación entre

los sectores modernos y tradicionales, entre retrasados y avanzados o entre sectores y grupos “bárbaros y civilizados”, con ventajas para estos últimos. Estos dos sectores, el tradicional y el moderno, eran concebidos como dos etapas del desarrollo, coexistentes en el tiempo, y en un determinado período las diferencias desaparecerían, dada una tendencia natural hacia el equilibrio. El problema era superar los obstáculos y barreras que se encontraban sólo en la sociedad tradicional. Estas “barreras” o límites del desarrollo pueden ser superados por al menos cinco mecanismos: “demostración”, por la cual el mundo en desarrollo trata de “actualizarse” como las naciones más desarrolladas adoptando métodos y técnicas más avanzados; a través de la “fusión”, que es la combinación e integración de distintos métodos modernos; por medio de la “compresión”, por la cual los países en desarrollo intentan completar la tarea del desarrollo en menos tiempo que el utilizado por el mundo desarrollado; a través de la “prevención”, esto es aprendiendo de los errores cometidos por los países desarrollados; y a través de la “adaptación” de las prácticas modernas al medio ambiente y las culturas locales. Consecuentemente, los *medios de modernización* eran la masiva transferencia de capital, ideología, tecnología y saber cómo, en una especie de Plan Marshall o Revolución Verde de alcance mundial. Las medidas del progreso eran el Producto Bruto Interno (PBI), la alfabetización, la urbanización y otras similares, todas basadas en *criterios cuantificables*. Everett Rogers (1976:124) escribió que aunque “India, China, Persia y Egipto eran antiguos, viejos centros de civilización (...) sus ricas culturas han provisto de hecho la base de las culturas occidentales contemporáneas (...) su vida familiar brinda una intimidad más cálida y sus logros artísticos fueron más grandes, esto no es desarrollo. No podría ser medido en dólares y centavos”.

Otra característica del pensamiento sobre la modernización es el énfasis en *factores explicativos monodisciplinarios*. La más antigua es la variante económica, asociada con Walt Rostow (1953). Dado que cada disciplina de las ciencias sociales enfoca el proceso de modernización desde su punto de vista experto, el estudio de la modernización se ha especializado crecientemente. Por lo tanto, las teorías ortodoxas sobre la modernización se sustentan en una sola o en una combinación de las cuatro categorías teóricas: *teorías de las etapas*, *teorías de los índices*, especialmente de variables económicas, *teorías de la diferenciación* (ampliamente desarrolladas por sociólogos y politólogos), y *teorías de la difusión* (desarrolladas principalmente por psicólogos sociales, sugiriendo que el proceso de desarrollo comienza con la difusión de ciertas ideas, motivaciones, actitudes o comportamientos). Sin embargo, la perspectiva económica ha constituido siempre la esencia de la teoría de la modernización.

En la práctica la modernización aceleró la urbanización o la occidentalización de la estructura de elite. Los espacios rurales tradicionales necesitaban ser desarrollados con la ayuda extranjera en las áreas de agricultura, educación

básica, salud, transporte, desarrollo comunitario, etc. Por lo tanto, las burocracias del servicio gubernamental se han extendido hasta los mayores centros urbanos. El sistema de radiodifusión fue usado principalmente para el entretenimiento y las noticias. La radio fue un canal apto para que las campañas nacionales persuadieran a la gente respecto de prácticas agrícolas y sanitarias muy específicas. Según R. White (1988:9) “la dimensión comunicativa más significativa del diseño de la modernización ha sido el rápido mejoramiento del transporte, que relacionó las comunidades rurales con los centros comerciales y las ciudades regionales. Con las mejoras en el transporte y las fuentes de energía eléctrica, la apertura de redes comerciales de aprovisionamiento y consumo se extendió hacia las ciudades y pueblos, trayendo con ellas la cultura de consumo occidental y la cultura popular de las películas, la radio y la música. Si bien la población rural de Bolivia o Sri Lanka no alcanzó los estilos de consumo de la población norteamericana de clase media, su vida cambió profundamente. Este era el rostro real de la modernización”.

Crítica

Bajo la influencia del desarrollo actual en la mayoría de los países del Tercer Mundo, el cual no acontece como predijo la teoría de la modernización, las primeras *críticas* comenzaron a escucharse en los '60, particularmente en América Latina. El sociólogo mexicano Rodolfo Stavenhagen explicó, en un famoso ensayo, que la división entre un sector tradicional agrario y un sector moderno y urbano era el resultado del mismo proceso de desarrollo. En otras palabras, el crecimiento y la modernización han traído con ellos mayor desigualdad y mayor subdesarrollo. Stavenhagen elaboró sus tesis a partir de la situación de México mientras otros intelectuales arribaron a una conclusión similar para Brasil y Chile.

El crítico de la teoría de la modernización más conocido es A. Gunder Frank (1969). Su crítica es fundamental y señala tres aspectos: el paradigma del progreso es *empíricamente inalcanzable*, tiene una *inadecuada fundamentación teórica* y es, en la práctica, *incapaz de generar un proceso de desarrollo* en el Tercer Mundo. Más aún, los críticos del paradigma de la modernización señalan que demasiado a menudo es ignorada la complejidad del desarrollo, que se le presta poca atención a las consecuencias en el nivel de los macro-procesos económicos, políticos y socio-culturales y que la resistencia contra el cambio y la modernización no puede ser explicada sólo sobre la base de las normas y orientaciones valorativas tradicionales, como muchos parecen indicar. La crítica no sólo concierne a la teoría de la modernización como tal sino a la tradición global (occidental) de evolucionismo y funcionalismo de la cual forma parte.

En consecuencia, al referirse a la perspectiva evolutiva y unilineal y al carácter endógeno de las soluciones del desarrollo sugeridas, estas críticas señalan que el concepto de modernización es un sinónimo velado de “occidentalización”, entendida como la copia o implementación de instituciones y mecanismos

occidentales en el contexto del Tercer Mundo. En ningún lugar es esto tan claro como en el campo de la ciencia política. La mayoría de los académicos occidentales parten de la suposición de que los sistemas políticos de Estados Unidos son la piedra basal para el resto del mundo. Los criterios del Acta de los Cuerpos de Paz del presidente J. F. Kennedy estaban totalmente imbuidos de esta creencia.

1.2. Dependencia

Contexto histórico

El paradigma de la dependencia jugó un rol importante en el movimiento hacia un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) desde finales de los 60 hasta comienzo de los 80. En ese período, los nuevos estados africanos y asiáticos y el suceso de los movimientos populares y socialistas en Cuba, China, Chile y otros países brindaron las metas de la autodeterminación política, económica y cultural dentro de la comunidad internacional de naciones. Estos nuevos países compartieron la idea de independencia de los superpoderes y conformaron el Movimiento de Países No Alineados. Este movimiento de naciones definió al desarrollo como una *lucha política*.

Dependencia y subdesarrollo

El enfoque de la dependencia surgió a nivel teórico desde la convergencia de dos tradiciones intelectuales: una llamada a menudo neomarxismo o estructuralismo y la otra originada en el amplio debate sobre el desarrollo formulado en la tradición de la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL). Por lo tanto, en contraste con la teoría de la modernización la perspectiva de la dependencia tuvo su nacimiento en América Latina. Sin embargo, se denomina “padre” de la teoría de la dependencia a un norteamericano, Paul Barán, la voz parlante del grupo norteamericano de la revista *Monthly Review*. Él fue uno de los primeros en presentar la tesis de que el desarrollo y el subdesarrollo son procesos interrelacionados, esto es son dos caras de una misma moneda. Según la perspectiva de Barán la continuidad de la dependencia imperialista después del fin del período colonial es asegurada principalmente por la reproducción de las estructuras políticas y socioeconómicas de la Periferia en concordancia con los intereses de los Centros de poder. Esta es la causa principal del retraso crónico de los países en desarrollo, puesto que el principal interés del capitalismo monopólico internacional era impedir, o, si esto era imposible, hacer más lento y controlable el desarrollo económico de los países subdesarrollados. Como Barán destacó, la irracionalidad del presente sistema no será superada si su base, el sistema capitalista, continúa existiendo.

Algunos teóricos de la dependencia trabajaron exclusivamente con variables económicas mientras la investigación de otros tomó también en consideración

factores sociales y políticos. Las divisiones científicas típicas de la economía, ciencia política, sociología, historia y otras disciplinas, tan habituales en la investigación de Occidente, fueron establecidas con menor rigidez en la división del trabajo científico. Algunos señalaron las oposiciones sectoriales y regionales dentro del sistema (por ejemplo, Sunkel) y otros estaban más interesados en las posibles relaciones de clase (por ejemplo, Cardoso). Las opiniones también difieren acerca de uno de los elementos centrales de la teoría de la dependencia, esto es la relación entre desarrollo y subdesarrollo. Mientras que Frank observa lo que denomina “desarrollo del subdesarrollo”, Cardoso entiende que un cierto grado de desarrollo capitalista dependiente es posible.

Sin embargo, más allá de las posibles diferencias de enfoque, todos los dependentistas coinciden con la idea básica expresada en la siguiente definición de Dos Santos (1970:231): la *dependencia* es una situación condicionante en la cual la economía de un grupo de países es condicionada por el desarrollo y la expansión de otros. Una relación de interdependencia entre dos o más economías o entre dichas economías y el sistema comercial mundial se transforma en una relación dependiente cuando algunos países pueden expandirse con su propio impulso mientras otros, que están en una posición de dependencia, sólo pueden crecer como un reflejo de la expansión de los países dominantes, lo cual puede tener efectos negativos o positivos en su desarrollo inmediato. En cualquier caso, la situación básica de dependencia causa el atraso y la explotación de estos países. Las naciones dominantes ejercen un predominio sobre los países dependientes en la tecnología, el comercio, el capital y lo socio-político —la forma del predominio varía de acuerdo al particular momento histórico— y pueden explotarlos y extraer parte del excedente económico generado localmente. La dependencia, entonces, se basa en la división internacional del trabajo que hace que el desarrollo industrial se concrete y concentre en algunos países mientras se restringe en otras naciones, cuyo crecimiento es condicionado y sujeto a los poderosos centros del mundo”.

Crítica

Según la teoría de la dependencia los principales impedimentos del desarrollo no son la falta de capital y de capacidad gerencial, como sostienen los teóricos de la modernización, sino que deberían ubicarse en el actual sistema internacional. De este modo, los obstáculos no son internos sino externos. Esto significa también que el desarrollo en el Centro determina y perpetúa el subdesarrollo de la Periferia. Los dos polos están estructuralmente conectados uno al otro. Los teóricos de la dependencia sostienen que, para remover estos obstáculos externos, cada país debería disociarse del mercado mundial y optar por una estrategia de desarrollo autónomo. La mayoría de los intelectuales indican que para que esto ocurra sería más o menos necesaria una transformación política revolucionaria. Por lo tanto, se puede decir que el paradigma de la dependencia

en general, como su variante comunicacional, se caracteriza por un enfoque global, un énfasis en los factores externos y las contradicciones regionales, una polarización entre desarrollo y subdesarrollo, una interpretación subjetiva o voluntarista de la historia y un método analítico orientado principalmente por lo económico.

En este sentido, la única alternativa para las naciones no alineadas era *disociarse* a sí misma del mercado mundial y alcanzar la autonomía económica y culturalmente. El llamado Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI) es un ejemplo de los intentos en búsqueda de esa meta. Sin embargo, muchos países no alineados son demasiado débiles económicamente y están muy endeudados para operar autónomamente. Como resultado de ello, los intentos de formular políticas nacionales integrales y coherentes de comunicación fallaron debido a la resistencia de los intereses de los medios de comunicación nacional e internacional. Como señalan Friberg y Hettne (1985:212) “la autonomía es un opción difícil en el contexto del actual orden mundial”. En este sentido, McAnany (1980:4) caracterizó a la teoría de la dependencia como “...buena en el diagnóstico del problema...pero pobre en el tratamiento”. La teoría de la dependencia señala las causas del desarrollo pero no provee modos de superar tal subdesarrollo.

1.3. Multiplicidad/ otro desarrollo

Contexto histórico:

Dado que la demarcación del primer, segundo y tercer mundo se está diluyendo y la distinción entre Centro y Periferia puede encontrarse también en cada región, es necesario un nuevo concepto de desarrollo que enfatice la identidad cultural y la multidimensionalidad. Por ejemplo, algunos países pueden ser económicamente dependientes pero tiene un mayor “poder” cultural en su región. Por lo tanto, la anterior perspectiva de la dependencia ha resultado difícil de sostener dada la creciente interdependencia de las naciones. El concepto de “otro desarrollo” fué articulado primero por la fundación Dag Hammarskjold en Suecia y el movimiento político Verde en Alemania. No obstante esto no significa que el concepto y la perspectiva del “otro desarrollo” sean occidentales. Pueden hallarse antecedentes al respecto en los espacios del Tercer Mundo.

Multiplicidad / Otro Desarrollo

La fundación Dag Hammarskjold estableció tres principios del otro desarrollo: (1) el Otro Desarrollo es generado para la satisfacción de necesidades, comenzando con la erradicación de la pobreza; (2) el Otro Desarrollo es endógeno y autónomo; y (3) el Otro Desarrollo está en armonía con el medio ambiente. El Otro Desarrollo se aplica en todos los niveles de todas las sociedades, no sólo para los pobres y el mundo no alineado. Surge a partir de la insatisfacción con la “sociedad del consumo”, la cual es a menudo denominada “sobredesarrollo” e incluso “mal desarrollo”, así como con la creciente desilusión con el enfoque de la

modernización.

La idea central, que es compartida por casi todos los que buscan nuevos enfoques del desarrollo, afirma que no hay un *patrón universal del desarrollo*, y que el desarrollo debe ser concebido como un *proceso integral, multidimensional y dialéctico* que puede diferir de una sociedad a otra. Sin embargo, esto no significa que no se intente definir los principios generales y las prioridades en que se basa dicha estrategia. Por cierto, varios autores han tratado de identificar los componentes centrales del otro desarrollo. Basándonos en estos autores podríamos identificar seis criterios esenciales del “otro” desarrollo. Dicho desarrollo podría basarse en los siguientes principios:

- (a) *necesidades básicas*: generado para satisfacer necesidades humanas, materiales y no materiales.
- (b) *endógeno*: definido desde el núcleo de cada sociedad, que define con soberanía sus valores y la visión de su futuro.
- (c) *autoconfiable*: implica que cada sociedad confía básicamente en sus propias fortalezas y recursos, en términos de las capacidades de sus miembros y de su ambiente natural y cultural.
- (d) *ecología*: utilizando racionalmente los recursos de la biosfera con plena conciencia del potencial de los ecosistemas locales como de los límites globales y externos impuestos a las generaciones actuales y futuras.
- (e) *democracia participativa*: como la verdadera forma de la democracia, y no sólo un gobierno del pueblo y por el pueblo, sino, y más fundamentalmente, “para la gente” en todos los niveles de la sociedad.
- (f) *cambios estructurales*: son requeridos a menudo en las relaciones sociales, en las actividades económicas y en su distribución espacial, como también en la estructura de poder, para alcanzar las condiciones de autogestionamiento y participación en el proceso de decisión por todos aquellos afectados, desde la comunidad rural o urbana hasta el mundo como un todo.

En la práctica, al adoptar alguno o todos estos principios señalados han emergido nuevas formas de comunicación. Sistemas de medios descentralizados e instituciones democráticas de la comunicación, tales como la radio comunitaria Mahaweli en Sri Lanka y radio Enriquillo en la República Dominicana, enfatizan la autogestión de las comunidades locales. Nuevos conceptos del profesionalismo mediático conllevan un mayor conocimiento y respeto de las formas de comunicación de la gente y destacan, a su vez, el reconocimiento y la experiencia con nuevos formatos de periodismo y radiodifusión que son más consonantes con la identidad cultural de la comunidad y otorgan una mayor seguridad a los modos en que la democratización de la comunicación está aconteciendo y puede acontecer.

1.4 Enfoques mixtos

Esta revisión de tres perspectivas del desarrollo revela un número de *cambios en el pensamiento científico*:

1. Desde un enfoque más positivista, cuantitativo y comparativo hacia otro normativo, cualitativo y estructural.
2. De procesos altamente prescriptivos y predecibles hacia procesos menos predecibles y orientados al cambio.
3. Desde una perspectiva etnocéntrica hacia una visión doméstica y con ello a una perspectiva contextual y policéntrica.
4. Del endogenismo (“culpar a la víctima”) al exogenismo (“culpar al forastero”) y, entonces, al globalismo y holismo.
5. Desde un interés económico a un interés más universal e interdisciplinario.
6. De un esquema de referencia nacional a una perspectiva internacional y, de este modo a niveles de análisis combinados.
7. De enfoques segmentados a más holísticos y, luego, a perspectivas orientadas a la resolución de problemas.
8. De una estrategia integradora y reformista a opciones revolucionarias y con ello hacia una visión integral del cambio revolucionario y evolucionario.
9. De una perspectiva del desarrollo administrado tecnocráticamente hacia enfoques participativos y de resolución de problemas.

2. Enfoques teóricos de la comunicación para el desarrollo (COMDES)

Las teorías de la comunicación como la de “difusión de innovaciones”, la del “flujo en dos pasos” o los enfoques de la extensión son bastantes congruentes con la mencionada teoría de la modernización. Según Rogers, uno de los académicos líderes de la teoría de la difusión, esta perspectiva implica “que el rol de la comunicación es (1) transferir innovaciones tecnológicas desde las agencias de desarrollo a sus audiencias, y (2) crear una predisposición para el cambio a través del logro de un clima de modernización entre los miembros del público” (Rogers, 1986:49).

La orientación *elitista, vertical o de arriba-abajo del modelo de la difusiones* obvia. Sin embargo, la realidad presenta a menudo muchas más complejidades que las previstas en la teoría. Por lo tanto muchos intelectuales y trabajadores del desarrollo señalan que la adopción de decisiones y el planeamiento no pueden ser hechos por burócratas y planificadores para la gente, sino sólo por estos “expertos” con todas las instituciones interesadas y junto con las personas relacionadas. En otras palabras, en convergencia con las discusiones en foros internacionales, académicos y políticos tales como UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Educación), FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) o IAMCR (Asociación Internacional de Estudios de la Comunicación Social), estas personas se refieren a

perspectivas más nuevas del rol y el lugar de la comunicación para el desarrollo que favorecen una *comunicación de doble vía y horizontal*: “la utilización sistemática de la comunicación apropiada y de técnicas para incrementar la participación de la gente en el desarrollo y para informar, motivar y entrenar a la población rural, principalmente en el nivel de las bases” (FAO, 1987:4). Aunque se puede argumentar que este enfoque aún resulta “paternalista” o una mera estrategia de marketing social, al menos distingue entre la política y la planificación/ acción a niveles micro y macro.

Antes de presentar los cambios en las estrategias y las técnicas, resumiremos las principales características teóricas de ambos enfoques de la comunicación para el desarrollo: el Modelo de Difusión/ Mecanicista y el Modelo Participativo/Orgánico.

2.1. El Modelo Difusionista

Generalidades

Los años 50 fueron la *década del modelo de comunicación*. Uno de los primeros y más influyentes de estos modelos no proviene de las ciencias sociales y las humanidades sino de la ingeniería de la información (Shannon y Weaver). El modelo lineal “fuente-transmisor-canal-receptor-destinatario” eclipsó a los enfoques más tempranos, más orgánicos, de la psicología y la sociología. Lasswell, Hofland, Newcomb, Schramm, Westley y McLean, Berlo y otros diseñaron un modelo de comunicación de acuerdo con sus concepciones. Esta profusión de modelos de comunicación puede ser atribuida a tres razones.

Primero, porque ellos identificaron a la comunicación como la *transferencia* de información (el estímulo) y eran partidarios de la metodología empírica, estableciéndose así las bases de la comunicología como una ciencia distinta y legítima.

Segundo, los teóricos enfocaron a la eficiencia o *efectos* de la comunicación (la respuesta), sosteniendo vastas promesas de manipulación o control de los receptores del mensaje con diversos intereses.

Finalmente, el modelo de la comunicación se desarrolla íntimamente con la naturaleza y los mecanismos de la *comunicación mediática* o masiva, una emergente y poderosa fuerza en aquel tiempo.

Por lo tanto, en aquellos años la disciplina de la comunicación se concentró ampliamente, y de manera más importante, en el estudio de sus efectos. El efecto “bala” o “aguja hipodérmica” de los medios sería una rápida y eficiente respuesta a múltiples problemas sociales. Robert White (1982:30) escribió que “este énfasis puntual en los medios y sus efectos ha llevado también a una premisa... que la información de los medios es una poderosa panacea para los problemas del desarrollo humano y socioeconómico”, sin mencionar los dilemas del marketing y la propaganda.

Contradiendo a las exuberantes expectativas los efectos directos se convirtieron con el paso del tiempo en efectos limitados, mínimos, condicionales y en el “flujo en dos etapas”.

Enfoques de la comunicación más específicos

En dichos años fueron considerados en la perspectiva de la modernización más factores sociológicos, psicológicos, políticos y culturales. El lugar y rol del proceso de comunicación en dicha perspectiva fue posteriormente examinado en la campaña de la elección presidencial de EE. UU., donde funcionó como esquema teórico.

Estos modelos ven el proceso de comunicación como un mensaje circulando desde un emisor a un receptor. Luego de un estudio de las elecciones presidenciales de 1940 en el condado de Erie, Ohio, surgió la idea del denominado “*flujo de la comunicación en dos pasos*” (Lazarsfeld y otros, 1944). Aunque los investigadores esperaban encontrar que los medios masivos (radio y periódicos) tenían una gran influencia en la elección, concluyeron que las decisiones eran influidas principalmente por los contactos personales y la persuasión cara a cara. La primera formulación de la hipótesis del flujo en dos pasos fue la siguiente: “las ideas a menudo fluyen desde la radio y los periódicos hacia los líderes de opinión y de éstos a los sectores menos activos de la población” (Lazarsfeld, 1944:151). Así, dos elementos eran involucrados: (a) la noción de una población dividida entre participantes “activos” y “pasivos”, o “líderes de opinión” y “seguidores”; y (b) la noción de un flujo o influencia en dos pasos antes que un contacto directo entre “estímulos” y “respuestas” (o la llamada también teoría de la bala mágica o aguja hipodérmica). Desde aquella época el concepto y el rol de la influencia personal han adquirido un alto status en la investigación de las campañas y el proceso de difusión, especialmente en los Estados Unidos. La conclusión general de esta línea de pensamiento es que la comunicación masiva es menos importante que la influencia personal para tener un efecto directo en el comportamiento social. La comunicación masiva es importante para difundir nuevas posibilidades o prácticas, pero la comunicación personal es más influyente en la etapa en que se toman las decisiones sobre adoptar o no adoptar una innovación.

Por lo tanto, podemos caracterizar a esta era como “*centrada en el emisor y los medios*”. Estos nuevos modelos, en conjunto con la obsesión por los medios masivos, condujeron a una conceptualización de la comunicación como algo que una persona hace con otro. White (1984:2) sostiene que este sesgo de la teoría de la comunicación en favor de los medios, los efectos y anti-igualitario “...se ha desarrollado ampliamente como una explicación sobre el poder y los efectos de la comunicación masiva y no brinda una adecuada explicación de los factores del cambio social que conducen hacia la democratización”.

Everett Rogers (1962, 1976) observó el proceso de difusión y adopción de innovaciones culturales, basándose principalmente en la investigación sociológica

de sociedades agrarias. La modernización se concibe aquí como un proceso de difusión en el cual los individuos transitan de un modo de vida tradicional a otro más complejo, más técnicamente desarrollado y más rápidamente cambiante. Por lo tanto este enfoque se interesa en el proceso de difusión y adopción de innovaciones de una manera más sistemática y planificada. Este autor distingue cinco fases en el proceso de difusión: conocimiento, interés, evaluación, prueba y adopción. El rol de los medios masivos se concentra en la primera etapa del proceso, mientras que “las fuentes personales son mas importantes en la etapa de evaluación del proceso de adopción” (Rogers, 1962:99). En una segunda edición de su libro Rogers (1976) dijo que hay sólo cuatro etapas cruciales en el proceso de difusión y adopción:(a) el conocimiento de la innovación en sí misma (información), (b) la comunicación de la innovación (persuasión), (c) la decisión de adoptar o rechazar la innovación (adopción o rechazo), y (d) la confirmación de la innovación por parte del individuo.

Tres enfoques más contribuyeron al suceso del modelo de la difusión: estos son las interpretaciones psicológica, institucional y tecnológica de la comunicación para la modernización.

La *perspectiva conductista o psicosocial* de la comunicación y la modernización se interesa particularmente en los valores individuales y el cambio de actitudes. Rokeach (1966) definió a la “*actitud*” como una organización de creencias relativamente cristalizada acerca de un objeto o situación que predispone a la persona a responder de una determinada manera. El “cambio de actitud” sería “un cambio en la predisposición, un cambio en la organización de la estructura de creencias o un cambio en el contenido de una o más de las creencias comprendidas en la organización de actitudes” (Rokeach, 1966:530). En la perspectiva de Daniel Lerner (1958), uno de los más representativos autores del paradigma de la comunicación para la modernización, es central el concepto de “*empatía*”, esto es, “la capacidad de verse a uno mismo en la situación de otra persona,... que es una herramienta indispensable para que la gente abandone hábitos tradicionales”. La principal hipótesis de su estudio era que “la alta empatía sólo es predominante en el estilo personal de la sociedad moderna, la que es distintivamente industrial, urbana, alfabetizada y participativa” (Lerner, 1958:50). En su diseño de investigación era central la capacidad individual y psíquica de la gente para adaptarse por sí misma a los ambientes modernos. Las personas empáticas, a diferencia de las llamadas personas tradicionales, tienen un más alto grado de movilidad, lo que significa capacidad para el cambio, y una acción orientada hacia el futuro y racional. Por lo tanto, según Lerner la movilidad estimula la urbanización, que a su vez aumenta la alfabetización y consecuentemente también la participación política y económica. También el rol de los medios masivos es examinado cuidadosamente en este contexto: “el hombre moderno encuentra las noticias sobre el mundo en los medios masivos antes que en los medios personales, y prefiere las noticias nacionales e

internacionales antes que el deporte, la religión o las noticias domésticas” (Inkeles, 1972:112). En otras palabras, los medios de comunicación estimulan, de forma directa e indirecta, la movilidad y el desarrollo económico; ellos son los “motivadores” y “movilizadores” para el cambio y la modernización.

Wilbur Schramm (1964), basándose en Lerner, observó también esta *conexión entre la comunicación masiva y las instituciones y prácticas de la modernización*. Los medios de comunicación modernos suplementan y complementan como “multiplicadores de la movilidad” a los canales orales de la sociedad tradicional. Su desarrollo es paralelo al desarrollo de otras instituciones de la sociedad moderna, como las escuelas y la industria, y está muy relacionado con algunos de los índices de crecimiento económico y desarrollo social, tales como la alfabetización, el ingreso por cápital y la urbanización. Indicó también que “un país en desarrollo debería otorgar especial atención a la combinación de los medios masivos con la comunicación interpersonal” (Schramm, 1964:263). En la opinión de Schramm los medios masivos desarrollan al menos tres funciones: ellos son los “vigilantes”, los “hacedores de política” y los “maestros” del cambio y la modernización. Una tercera perspectiva, el *enfoque tecnológico determinista*, considera a la tecnología como un artefacto libre valorativamente y neutral políticamente que puede ser usado en cualquier contexto social e histórico. Dentro de esta perspectiva al menos cuatro diferentes puntos de vista pueden ser distinguidos. Una primera posición bastante optimista comparte la convicción de que el desarrollo y la aplicación de tecnologías pueden resolver todos los variados problemas de la humanidad. La segunda postura lleva a la anterior a un extremo opuesto, es decir a la concepción de que la tecnología es la fuente de todos los conflictos de las sociedades. Una tercera variante expresa la visión de la tecnología como un potente factor del desarrollo, como la fuerza que conduce al desarrollo. La cuarta variante ha sido popularizada por Marshall McLuhan (1964). El ve a la tecnología como una fuerza inexorable del desarrollo, una fuerza tan irresistible como abarcadora. Como señaló McLuhan (1964:VIII): “cualquier tecnología crea gradualmente un nuevo ambiente humano” o, en otras palabras: el medio es el mensaje.

El “esquema de referencia” de la modernización y la dependencia

Mientras que los voceros de la teoría de la comunicación para la modernización toman al *estado-nación* como su principal esquema de referencia, los dependentistas consideran predominantemente el nivel de análisis internacional. Estos sostienen que la dominación de la Periferia por el Centro ocurre a través de una combinación de componentes de poder, esto es militares, económicos, políticos, culturales, etc. Los componentes específicos de la dominación de una nación en un determinado momento varían de uno a otro país como resultado de las variaciones en numerosos factores, que incluyen los recursos del Centro de poder, la naturaleza o la estructura de la nación Periférica y el grado de resistencia a la dominación.

En la actualidad los componentes culturales y de la comunicación han alcanzado una gran importancia en la continuidad de las relaciones de dependencia. Esto es así porque, como muchos académicos indican, estamos dentro de una situación bastante paradójica, por la cuál a medida que el Tercer Mundo comienza a emanciparse económica y políticamente, se incrementa la dominación cultural. Mientras los primeros colonialistas estaban más interesados en la explotación económica de áreas rentables y mostraban solo un moderado interés en la administración política, la evolución tecnológica de los medios de comunicación ha contribuido a una dependencia ideológica y cultural.

La dependencia es la antítesis de la modernización en muchas maneras, pero al nivel de la comunicación es una continuación de ella. La teoría de la dependencia indica que las condiciones predominantes en el mundo no alineado no son una etapa en la evolución hacia el desarrollo sino el resultado de una estructura internacional consolidada. En otras palabras, si la perspectiva de la modernización sostiene que las causas del subdesarrollo.

Radican principalmente *dentro* de las naciones desarrolladas, la teoría de la dependencia postula que las razones del subdesarrollo son principalmente *externas* a la sociedad dependiente.

2.2. El modelo participativo

Generalidades

El modelo participativo incorpora los conceptos del emergente esquema de referencia de la multiplicidad/otro desarrollo. Afirma la importancia de la *identidad cultural* de las comunidades locales y de la *democratización y participación* en todos los niveles internacional, nacional, local e individual. Esto apunta a una estrategia no meramente inclusiva sino ampliamente originada en los tradicionales "receptores" de la comunicación. Paulo Freire (1983:76) se refiere a esto como el derecho de toda la gente a expresar su palabra individual y colectivamente: "esto no es el privilegio de algunos pocos hombres, sino el derecho de todo ser humano. Por lo tanto ninguno puede expresar una palabra verdadera en soledad ni puede decirla por otro, en un acto prescriptivo que silencie las palabras de otros".

La participación es muy importante en el proceso de la toma de decisiones para el desarrollo porque hace compartir la información, el conocimiento, la confianza, el compromiso y una correcta actitud respecto de los proyectos de desarrollo. "Esto requiere de una nueva actitud para superar el pensamiento estereotipado y promover una mayor comprensión de la diversidad y la pluralidad, con pleno respeto de la dignidad y la igualdad de las personas que viven en diferentes condiciones y actúan de modos diferentes". (International Commission for the Study of Communication Problems, 1980:254). Este modelo sostiene la colaboración recíproca a través de todos los niveles de participación. Es necesario

escuchar lo que otros dicen, respetar la actitud de la contraparte y tener confianza mutua.

Los promotores de la participación no subestiman la habilidad de las masas para auto desarrollarse ni tampoco su medio ambiente. “Los esfuerzos del desarrollo deben basarse en la capacidad de la gente para discernir qué es lo mejor que se puede hacer cuando buscan su propia liberación y cómo participar activamente en la tarea de transformar la sociedad. Las personas son inteligentes y tienen siglos de experiencia. Pongamos en juego su fortaleza. Escuchémoslas.” (Xavier Institute, 1980:11).

Identidad cultural, poder y comunicación participativa

Según muchos autores la auténtica participación se relaciona directamente con el *poder* y su distribución en la sociedad. La participación “puede resultar incómoda para aquellos que sostienen el status quo y en consecuencia es esperable que sean resistidos dichos esfuerzos de fortalecimiento del poder de la gente” (Lozare, 1994:2). Por lo tanto el desarrollo y la participación están íntimamente relacionados.

La participación implica una más equitativa distribución del poder económico y político, lo que a menudo disminuye las ventajas de ciertos grupos. El *cambio estructural* supone la redistribución del poder. En las áreas de la comunicación masiva muchos expertos coinciden en que el cambio estructural ocurrirá primero cuando se establezcan políticas de comunicación participativas. Mowlana y Wilson (1987:143) dicen por ejemplo que “las políticas de comunicación son básicamente derivadas de las condiciones e instituciones económicas, culturales y políticas bajo las cuales ellas operan. Ellas tienden a legitimar las relaciones de poder existentes en la sociedad y, por lo tanto no pueden ser cambiadas sustancialmente sino se registran cambios estructurales fundamentales de la sociedad que puedan alterar estas relaciones de poder en sí mismas”.

Dado que el diálogo y la interacción cara a cara son inherentes a la participación, el comunicador del desarrollo deberá dedicar más tiempo al trabajo de campo. Le llevará más tiempo desarrollar la interacción y la confianza. El contacto continuo, los compromisos compartidos, las promesas mantenidas y las actualizaciones entre visitas son importantes. El desarrollo de la confianza social precede a la tarea de la confianza individual. Ambas partes necesitan de paciencia. Es importante notar que cuando tratamos a la gente de la misma manera en que deseamos ser tratados, aprendemos a trabajar en un equipo y esto genera un real compromiso y también motivación. La honestidad, la confianza y el compromiso de las esferas de conducción y gestión del desarrollo conllevan también honestidad, confianza y compromiso de las bases. Esto lleva a la verdadera participación. Y la auténtica participación conduce a políticas y planeamientos apropiados para desarrollar un país dentro de su medio cultural y ambiental.

Consecuentemente también ha cambiado la perspectiva de la comunicación. Está ahora más interesada en el *proceso y contexto*, esto es, en el intercambio de

“significados” y en la importancia de este proceso, es decir, los patrones de relación social y las instituciones sociales que son resultado de dichos procesos y son determinadas por el mismo. La “otra” comunicación “favorece la multiplicidad, la escala pequeña, lo local, la desinstitucionalización, el intercambio de los roles de emisores y receptores y la horizontalidad de los vínculos en todos los niveles de la sociedad” (Mc Quail, 1983:97). Como resultado de esto la atención se traslada desde un “comunicador” hasta una orientación más centrada en el receptor, con el resultado de un énfasis en el significado buscado y producido antes que en la información transmitida.

Con un enfoque de estas características uno no intenta crear una necesidad de información que luego uno tiene que difundir, sino que es necesario divulgar información para la cual existe una necesidad. Los expertos y trabajadores del desarrollo que responden a este criterio encuentran que es relevante para el contexto. El énfasis se aplica al intercambio de información antes que a la persuasión dentro del modelo de la difusión.

Dos enfoques principales de la comunicación participativa

Hay dos enfoques principales de la comunicación participativa que en la actualidad son aceptados como de sentido común. El primero es la pedagogía dialógica de Paulo Freire y el segundo incluye las ideas de acceso, participación y autogestión articuladas en los debates de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO) de la década del 70. Cada proyecto de comunicación que se autodenomina participativo acepta estos principios de la comunicación democrática. De todos modos, existe hoy una amplia variedad de intenciones y experiencias prácticas. Y antes de explorar estas diferencias es útil revisar el trasfondo común.

El argumento freiriano muestra una estrategia teórica dual. Insiste en que las personas dominadas deben ser tratadas como sujetos plenos en cualquier proceso político. Esto implica una comunicación dialógica. Aunque inspirado en algún sentido en el existencialismo de Sartre un respeto por la personalidad autónoma de cada ser humano, la más importante fuente es una teología que demanda respeto por la otredad en este caso de otro ser humano. La segunda estrategia es un momento de esperanza utópica derivada de las obras tempranas de Marx sobre que la especie humana tiene un destino que es más que una vida para satisfacer necesidades materiales. También de Marx se deriva una insistencia en las soluciones colectivas. Freire sostiene que la oportunidad individual no es una solución para las situaciones generales de pobreza y dominación cultural.

Estas ideas son profundamente impopulares entre las elites, incluyendo las elites del Tercer Mundo, pero hay sin embargo una amplia aceptación de la noción de Freire acerca de la comunicación dialógica como una teoría normativa de la comunicación participativa. Uno de los problemas con la propuesta de Freire es

que su teoría de la comunicación dialógica se basa en el diálogo grupal antes que en los medios amplificadores como la radio, los impresos y la televisión. Freire también le brinda poca atención al lenguaje o la forma de comunicación, concentrando la mayor parte de su discusión en las intenciones de las acciones comunicativas.

El segundo discurso sobre la comunicación participativa está en el lenguaje de la UNESCO acerca de la autogestión, el acceso y la participación formulado en 1977 en el encuentro de Belgrado, Yugoslavia. El informe final de este encuentro define los términos de la siguiente manera: refiere al uso de los medios de comunicación para el servicio público. Podría ser definido en términos de las oportunidades disponibles para el público de seleccionar programas variados y relevantes y de tener medios de retroalimentación para transmitir sus reacciones y demandas a las organizaciones productivas.

La *participación* implica un más alto nivel de involucración del público en los sistemas de comunicación. Esta incluye la participación del público en el proceso de producción y también en el gerenciamiento y la planificación de sistemas de comunicación.

La participación puede ser nada más que la representación y la consulta del público en el proceso de decisión. Por otro lado, la *autogestión* es la más avanzada forma de participación. En este caso, el público ejercita el poder de decisión dentro de empresas y organizaciones de la comunicación y está también plenamente envuelto en la formulación de políticas y planes de comunicación. Estas ideas son importantes y ampliamente aceptadas como una teoría normativa de la comunicación alternativa: ésta supone acceso y participación. Sin embargo, uno puede notar ciertas diferencias con el planteo de Freire. El discurso de la UNESCO incluye la idea de una gradual progresión. Alguna capacidad de acceso puede ser obtenida pero la autogestión puede ser pospuesta al menos durante algún tiempo. La teoría de Freire no comparte dicho compromiso. Uno respeta la cultura del otro o se ve envuelto en la dominación y el modo “bancario” de educación impuesto.

El discurso de la UNESCO habla en términos neutrales acerca del “público”. Freire habla de los oprimidos. Finalmente el discurso de la UNESCO coloca el foco principal en la institución. La radio participativa, por ejemplo, significa una emisora de radio que es autogestionada por aquellos que participan en ella.

3. Conclusiones

Debería resultar obvio que no existe una perspectiva globalizadora del desarrollo. Ninguna teoría ha alcanzado y mantenido el dominio explicativo. Cada una de las tres perspectivas teóricas analizadas aún encuentra adherentes entre los académicos, los planificadores, las organizaciones internacionales y el público en general. En general, las versiones adaptadas y actualizadas de las ideas de la teoría de la modernización --crecimiento económico, planificación centralizada y la

idea de que el desarrollo se origina en causas internas que pueden ser resueltas por la “ayuda” (tecnológica) internacional-- son a menudo compartidas por agencias del desarrollo y gobiernos. Una *revitalizada perspectiva de la modernización*, en la cual algunos de los errores del pasado son reconocidos y se realizan esfuerzos para alcanzar nuevas formas (como ocurre con la perspectiva de la multiplicidad), *permanece como la perspectiva dominante en la práctica pero resulta crecientemente difícil de defender en la teoría*. Por otra parte, mientras la teoría de la multiplicidad va ganando adherentes en las esferas académicas, en la práctica es concebida como una visión simpática aunque de un costado idealista. De acuerdo con los hallazgos de estos y otros intelectuales percibimos un número de cambios en el campo de la comunicación para el desarrollo, el cual tiene considerables *consecuencias para la política y el planeamiento de la comunicación*:

3.1. El crecimiento de una comprensión más profunda de la naturaleza de la comunicación:

Los modelos de los años 50 y 60 veían a la comunicación simplemente como un mensaje circulando desde un emisor hacia un receptor (esto es el clásico modelo E-M-R de Lasswell). El énfasis se centraba principalmente en el emisor y los medios de comunicación; la fortaleza radicaba en la libertad de prensa, la ausencia de censura, etc. Desde los '70, sin embargo, la comunicación se ha centrado más en el receptor y en el mensaje. El énfasis está ahora en el proceso de comunicación (esto es el intercambio de significado) y en la significación de este proceso (esto es las relaciones sociales creadas por la comunicación y las instituciones sociales y el contexto que resulta de tales relaciones).

3.2. Una nueva comprensión de la comunicación como un proceso de doble vía:

El enfoque “oligárquico” de la comunicación implicaba que la libertad de información es un derecho de una sola dirección, de arriba hacia abajo, del Centro a la Periferia, desde una institución a un individuo, de una nación rica a una pobre, etc. En la actualidad la naturaleza interactiva de la comunicación es crecientemente reconocida. Es pensada como fundamentalmente de ida y vuelta, interactiva y participativa antes que lineal.

3.3. La tendencia hacia la democracia participativa:

El fin de la era colonial ha visto la emergencia de muchos estados independientes y la difusión de los principios democráticos, aunque sólo sea a nivel de las ideas. Pese a ser ignorada en la práctica, la democracia es honrada en la teoría. Los medios de comunicación mundial están aún ampliamente controlados por los gobiernos y poderosos intereses privados, pero ellos son más permeables y más seguros de los ideales democráticos que lo que eran previamente. Al mismo tiempo el alfabetismo se ha incrementado y ha habido un marcado mejoramiento

en la capacidad de la gente para manejar y usar tecnologías de la comunicación. Como consecuencia más y más personas pueden usar los medios masivos y no se les puede denegar el acceso y la participación en los procesos de comunicación por sus carencias de habilidades técnicas y comunicativas.

3.4. El reconocimiento de desequilibrios en los recursos comunicativos:

La disparidad en los recursos de la comunicación entre diferentes partes del mundo es crecientemente reconocida como problema de interés. Cuando las naciones del Centro desarrollan sus recursos, la brecha entre Centro y Periferia se hace más grande. La cuestión de una más equilibrada e igualitaria distribución de los recursos comunicativos solo puede ser discutida en términos de poder a nivel nacional e internacional. El intento de las elites de poder locales de controlar los canales de difusión —la prensa, la radiodifusión, la educación y la burocracia— no asegura el control de las redes de comunicación en una determinada sociedad. Ni tampoco el control de los medios masivos asegura siempre la fortaleza de las instancias de poder, ni una movilización acorde con sus objetivos, ni una efectiva represión de la oposición.

3.5. Una creciente sensibilidad de la transnacionalización y la sincronización cultural:

Quizás el gran ímpetu hacia una nueva formulación de las libertades de la comunicación y la necesidad de políticas y planeamientos realistas de la comunicación han conducido a la certeza de que el flujo internacional de comunicación se ha convertido en la principal vía de sincronización cultural transnacional. Esta sincronización cultural puede acontecer sin relaciones de dependencia perceptibles.

3.6. Una nueva comprensión de lo que está ocurriendo dentro de las fronteras del estado-nación:

Hay que aceptar que los factores “internos” y “externos” que inhiben el desarrollo no existen independientemente unos de otros. Así, para entender y desarrollar una estrategia propia hay que tener una comprensión de las relaciones de clase de una particular formación social periférica y de los modos en que dichas estructuras se articulan con el Centro, por un lado, y de las clases existentes en el Tercer Mundo, por otro lado. Reducir la actual estructura de clases del Tercer Mundo, por ejemplo, a una mera marioneta cuyos intereses son siempre mecánicamente sinónimos de aquellos del Centro, es ignorar la realidad de una relación mucho más compleja. La muy desigual y contradictoria naturaleza del proceso de desarrollo capitalista produce una relación constantemente cambiante.

3.7. El reconocimiento del “impacto” de la tecnología de la comunicación:

Algunos sistemas de comunicación (por ejemplo los equipos de audio y video, las fotocopiadoras, los aparatos de radio) han resultado baratos y tan simples que los

criterios para regularlos y controlarlos desde un punto central, así como la habilidad de manejarlos, ya no son tan relevantes. Sin embargo, otros sistemas (por ejemplo los satélites, los equipos remotos y los transbordadores de datos) son tan costosos que no están al alcance de los países más pequeños y no son adaptables a los ambientes locales.

3.8. Una nueva comprensión hacia la integración de distintos medios de comunicación:

Los modernos medios masivos y las redes paralelas de medios folklóricos o de comunicación interpersonal no son por definición mutuamente excluyentes. Al revés de lo que creen los teóricos de la difusión, ellos son más efectivos si se los usa de manera integrada y considerando las necesidades y contrastes del contexto local. Los modernos medios de comunicación han sido mecánicamente transplantados desde afuera en las sociedades del Tercer Mundo y han alcanzado diversas y limitadas tasas de penetración. Raramente ellos se integran en las estructuras institucionales como ocurre en las sociedades occidentales. Sin embargo, los medios pueden ser efectivamente combinados proporcionando en conjunto una distribución del trabajo funcional que haga reconocer los límites de la acción de los medios masivos.

3.9. El reconocimiento de las estructuras de la comunicación paralelas o duales:

Ni los gobiernos ni los particulares son capaces de operar efectivamente el control, la censura o el rol de guardabarrera con respecto a las redes de comunicación en todas las épocas de una determinada sociedad. Las redes paralelas y alternativas, que no siempre son activas, a menudo funcionan a través de estructuras de clases, religiosas, socioculturales y políticas o pueden ser usadas a través de canales folklóricos, artísticos o culturales. Estas redes muestran un comportamiento altamente participativo, altos índices de credibilidad y una fuerte integración orgánica con otras instituciones consolidadas de una determinada sociedad.

MÓDULO 2: Fundamentación teórica

Material de estudio:

1. **Teoría de la Acción Colectiva:** José Guadalupe Vargas

2. **Una Nueva Teoría estratégica:** Rafael Alberto Pérez

• Damos clic para seguir el vínculo e interpretar y analizar la lectura siguiente:

Lectura1: <http://www.ucm.es/info/nomadas/7/jgvargas1.htm>

Lectura2: <http://www.comminit.com/en/node/209250/307>

Lectura1: Teoría de la acción colectiva: sociedad civil y movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en Latinoamérica

José Guadalupe Vargas

RESUMEN: Este trabajo tiene como objetivo analizar las relaciones existentes entre la sociedad civil y la emergencia de nuevas formas de gobernabilidad en Latinoamérica en un ambiente de globalización económica. Bajo el marco teórico de la teoría de la acción colectiva se analiza la acción de los nuevos movimientos sociales y sus relaciones con la estructura de red de la sociedad civil.

PALABRAS CLAVE: *Teoría de la acción colectiva, nuevos movimientos sociales, sociedad civil, nuevas formas de gobernabilidad.*

1. Introducción

El ser humano es un ser eminentemente social, que busca establecer lazos de identidad y amistad con otro. En establecimientos organizacionales, los diversos grupos de personas usan estos lazos para apoyos sociales y para la consecución del trabajo (Mehra, Kilduff y Brass, 1998). La sociedad civil es la forma de autoorganización social más natural y orgánica de todas las formas de organización. La sociedad civil se encuentra según Wolfe (1989) en "familias, comunidades, redes de amistad, conexiones solidarias en los lugares de trabajo, voluntarismo, grupos espontáneos y movimientos".

Como un sistema hegemónico en las naciones del mundo, el capitalismo destruye las formas de organización social y económica diferenciadas que se oponen a su dinámica, para imponer una forma única de organización social y de la producción. Una sociedad civil vigorosa fortalece al gobierno democrático. El Estado se transforma mediante procesos de democratización y por la forma en que la sociedad civil se organiza para garantizar la fundamentación política.

2. Globalización económica y Estado nacional

Los procesos de globalización económica afectan la democratización de las estructuras del Estado. Los procesos de globalización económica son inextricables e interdependientes de las instituciones y los procesos sociales y políticos, como en el caso de las relaciones de los Estados y el Estado-nación. El debate sobre la relación entre la globalización económica y el Estado nacional presenta dos frentes. Un primer frente se enfoca a considerar la gobernabilidad del Estado nación como rebasada por la globalización económica y un segundo frente que sigue considerando que el Estado nación no solo retiene sus funciones reguladoras, sino que continúa siendo el principal promotor del desarrollo y el soporte de las relaciones internacionales de los pueblos.

Sin embargo, al menos en los Estados latinoamericanos es muy difícil determinar que los procesos de gobernabilidad como los procesos de democratización sean

un efecto de la globalización. A diferencia del trabajo, el capital transnacional no se encuentra regulado, pero actúa sobre aquél mediante arreglos institucionales que lo sujetan al control directo de los Estados nacionales. La participación de los diferentes actores políticos, sociales y los agentes económicos mediante procesos de distribución de poder para solucionar los conflictos de intereses, incide en la formación de los arreglos institucionales. Los arreglos institucionales que limitan el desarrollo de la sociedad son el resultado de los conflictos distributivos del poder para tener acceso a los beneficios de los bienes en propiedad privada o colectiva. De acuerdo con Bardham (2001), "los arreglos institucionales de una sociedad son a menudo el resultado de conflictos distributivos estratégicos entre diferentes grupos sociales, y la desigualdad en la distribución del poder y los recursos puede a veces bloquear el realineamiento de estas instituciones hacia formas conducentes al desarrollo de todos". Rodrik (1998) demuestra que los costos de los shocks externos se multiplican por los conflictos distributivos generados y disminuye la productividad de los recursos de la sociedad.

Así, el Estado nacional no solamente protege sino que también promueve el desarrollo del poder del capital transnacional con el apoyo de las instituciones supranacionales. El Estado nacional se ha convertido en un instrumento de colaboración del desarrollo del capitalismo transnacional. Los gobiernos de los Estados imperialistas transnacionales y las instituciones financieras internacionales de mayor influencia comparten un concepto del desarrollo global y del alivio de la pobreza centrado en la expansión económica sin límites de los mercados abiertos y de la liberalización del comercio.

La elite capitalista transnacional requiere de procesos reguladores para estabilizar al sistema capitalista. Las elites económicas que gobiernan en las democracias de mercado realizan campañas intensas para convencer a la ciudadanía mundial en el mito de un poder sin precedentes. La superestructura formada por las instituciones transnacionales diseña las políticas que los Estados nacionales deben implementar. El Estado queda así en cautiverio, atrapado en la red de los intereses de los grupos nacionales dominantes que buscan la transnacionalización de la acumulación de sus capitales, mediante la penetración de las estructuras del poder del capitalismo global.

3. Estructuras de redes sociales

Powell (1990) distinguió la red organizacional de los mercados y las jerarquías. La creciente complejidad en los medios ambientes que enfrentan las organizaciones provoca estructuras internas crecientemente diferenciadas y complejas, tales como las estructuras de redes para compartir diferentes tipos de información, datos, conocimientos y activos, en donde el funcionamiento de cualquier parte de la estructura se entiende en función de las demás. Las redes involucran una inversión en las relaciones, un sentido de beneficio mutuo, un nivel de confianza y un nivel de coordinación. En contraste a las jerarquías, las redes no se mantienen

juntas a través de las relaciones de empleo o administradas sobre la base de reglas y rutinas burocráticas.

El impacto político de la comunidad como una forma en que la sociedad se organiza para lograr sus fines señala el cambio de una sociedad gobernada por un sistema de democracia representativa a una democracia participativa donde la participación directa de los ciudadanos tiene más relevancia. La evolución de la organización política de la sociedad en comunidades organizadas se orienta para lograr sus fines mediante la práctica de una democracia participativa que apoya al Estado para administrar el interés público.

La organización social del esfuerzo y el conocimiento de la comunidad representa un potencial significativo para la promoción de su propio desarrollo. En una burocracia, el objetivo es codificar el conocimiento valioso tan rápido como sea posible. Las burocracias convencionales se organizan para reflejar el principio de especialización. En el nuevo enfoque se organiza a las personas más como activos a desarrollarse y recursos estratégicos renovables que como costos a controlar y partes de operación reemplazables. La estructuración es un proceso de madurez gradual y especificación de papeles, conductas e interacciones de las comunidades organizacionales, cuyas fronteras y patrones de conducta no son siempre del todo fijas, sino que están bajo definición y sujetas a revisión y defensa. El capital social se distribuye desigualmente en los diferentes grupos socioeconómicos que forman parte de la sociedad civil dependiendo de los niveles de educación e ingreso existentes. El capital social fortalece las relaciones y capacidades de la sociedad civil.

4. Sociedad civil y nuevos movimientos sociales

La sociedad civil se organiza en forma política fuera del Estado. Es de hecho, una forma de organización de la sociedad que es anti-política, con intereses demasiado fragmentados. El concepto prevaleciente de sociedad civil es que es un sistema de asociaciones civiles autorreguladas, descentralizadas y voluntarias, basadas en una vida moral y organizada en forma autónoma del Estado.

El concepto de sociedad civil, de acuerdo a Razcón (2002), como medida para contener los sectarismos ideológicos, se volvió "compañero del neoliberalismo en la medida en que se convirtió en la conciencia crítica del nuevo modelo económico, mientras el rechazo a la lucha por el poder se tradujo en fundaciones, organismos no gubernamentales y civiles, basados fundamentalmente en la filantropía. Surgió así la gran estructura de la financiación con nuevos centros de poder, que sí establecieron vínculos concretos con los grupos de acceso al poder político del Estado. El concepto sociedad civil predominante nada tuvo que ver con la idea de Gramsci, pues ése sí se conectaba con los partidos y las vías al poder a fin de construir nuevas hegemonías en la sociedad, para transformarse ella y a las instituciones. Es decir, no es posible transformar una sociedad y el Estado sin una idea o proyecto global sobre la economía, el Estado, las leyes; y la sociedad civil

requiere instrumentos propios para organizarse y organizar a todos los estratos de la sociedad".

La función central de las conductas y prácticas asociativas de la sociedad civil se fundamentan en relaciones interdependientes de confianza mutua, reciprocidad e intercambio en el desarrollo de nuevas formas de ejercicio de derechos ciudadanos que se conquistan a través de luchas políticas y sociales y que definen los derechos civiles que se originan del Estado y cuya burocracia liberal es quien debe garantizarlos además. Pero además, la jaula de acero de la burocracia está saturada de racionalidades teóricas, formales y prácticas. Se pueden regular la economía y los intercambios partiendo del respeto a los derechos, tanto a los derechos civiles y políticos como a los económicos sociales y culturales.

Esta referencia a los derechos fundamentales se vuelve cada día más central en las movilizaciones y las reivindicaciones de los movimientos sociales del mundo. Los diferentes elementos que intervienen en la caracterización de un movimiento social, incluyen: El comportamiento específico de los actores individuales u organizacionales, las relaciones que los vinculan estrecha y recíprocamente, la identificación y solidaridad de los movimientos que aseguran su persistencia aún cuando no tengan activismo.

Los movimientos sociales tienen un papel fundamental en las aportaciones de una contestación global mediante el establecimiento de redes transnacionales que, luego de mitigar imaginables querencias etnocéntricas, pueden ofrecer un contrapeso a los procesos de globalización del capitalismo neoliberal. La protesta en los tiempos actuales se caracteriza por una madeja de organizaciones coordinadas en nuevas formas de organización en red que enfatizan los códigos culturales y los roles de identidad de las comunidades. Las nuevas formas de protesta, movilización y organización para el cambio social generan una fuerte expectación y atracción en los medios y en la opinión pública, y no es menos el interés que despierta por parte del pensamiento social, tales como el enfoque de los nuevos movimientos sociales (NMS).

Lo que caracteriza a los nuevos movimientos sociales, afirma Rodríguez Giralt (2002) es precisamente que "sus prácticas de resistencia, de redefinición de la vida política, pública o cotidiana, se estructuran en torno a las condiciones y cartografías por las que el poder actual se vehicula. Vemos que las condiciones para el control y la uniformidad sirven también para constituir nuevas prácticas de libertad, organización y alternativa. Como vemos, o veremos, estas redefiniciones nutren la capilaridad y las transformaciones que experimenta el control y el poder dominante, pero nutren también las formas y posibilidades de la acción colectiva destinada a transformar la vida social".

Los grupos que resisten al proyecto neoliberal se encuentran fragmentados y dispersos tanto en ideología, en política como en organización en redes horizontales, de tal forma que su desunión para formular sus denuncias no representan un reto significativo al poder hegemónico. De acuerdo con el análisis de Razcón (2002), el abandono de la lucha por el poder de quienes mantuvieron la

actividad en las comunidades y sus problemas no sólo causó grave daño político e ideológico, sino que estableció de facto una forma de convivencia con los poderes de la globalización: "ustedes son el poder malo del gobierno; nosotros, el poder bueno de lo pequeño". Rechazando "lo político", concebido como sinónimo de perversión, el pensamiento civil en resistencia se refugió en la estrechez de las generalidades, hasta llegar al agotamiento teórico.

5. La teoría de acción colectiva en la estructuración de los movimientos sociales y en la sociedad civil

La teoría de acción colectiva delimita que el capital social formado por redes de reciprocidad, cooperación voluntaria y compromiso, contribuye a la formación de la comunidad. La composición de los nuevos movimientos sociales se presenta en un proceso de amalgamamiento de elementos cognitivos y relaciones de poder entre los individuos, grupos y organizaciones que se interrelacionan en estructuras segmentadas y multifacéticas para constituir un colectivo.

Las nuevas formas de protesta son instrumentalmente mediáticas que hacen uso de estrategias que exhiben las debilidades y flaquezas de los actores mediante acciones descentralizadas, impulsadas y coordinadas muchas de las veces espontáneamente por los nuevos movimientos sociales. La mediación de las tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad contemporánea influye en el desarrollo de los nuevos movimientos sociales mediante la regeneración de las temáticas que constituyen el objeto mismo de la lucha política para ejercer mayores efectos globales desde actividades locales. Las tecnologías de la información y la comunicación contribuyen a afirmar y mantener lazos emocionales y de identificación entre los diferentes actores políticos mediante redes de interacción que legitiman la transmovilización política.

Además, facilitan los contactos interactivos entre las diversas redes con heterogéneas enclaves culturales y las movilizan a la acción colectiva. Los nuevos movimientos sociales emergen, se organizan y se desarrollan en función de sus infraestructuras y capacidades para establecer ciertos códigos de comunicación que facilita la acción colectiva mediante una articulación tecnológica que comprime lo local con lo global. De acuerdo a Castells (1996), la conexión global-local, que es la nueva forma de control y de movilización social en nuestra sociedad.

La tecnología de la información y la comunicación articulan y tienden el entramado de la estructura y funciones de las relaciones simbólicas para la organización de los movimientos para la acción colectiva mediante la politización de la vida cotidiana. Los nuevos movimientos sociales tratan de redefinir la historicidad enfrascándose en una lucha cultural para construir identidades colectivas mediante la articulación de nuevos escenarios y nuevos proyectos sin que necesariamente se vinculen a intereses políticos. Las dimensiones espaciales y temporales son modificadas por las tecnologías de la información y la comunicación, lo cual afecta las formas de acción colectiva y por tanto, la

configuración de las identidades sociales y comunitarias.

Diani (1990) analiza estos efectos en las organizaciones que movilizan recursos de participación, organizaciones que se centran en recursos profesionales y redes transnacionales para concluir que los movimientos sociales deben ser interpretados en sus estructuras de redes y en sus procesos de construcción de identidades sociales, políticas y culturales. Los nuevos movimientos sociales significativos problematizan la identidad y cuestionan nuevos estilos de vida y significados culturales más allá de inquietudes políticas y con énfasis en conocimientos, saberes y códigos culturales de especial importancia para las sociedades actuales.

De acuerdo a Melucci (2001:166) "La principal idea acerca de los 'nuevos' movimientos sociales está en relación con la necesidad de superar la imagen de los movimientos como actores históricos unificados que desempeñan un papel central en los conflictos estructurales. He subrayado el hecho de que, debido a razones estructurales, la ubicación y los actores implicados en conflictos sociales pueden ser más variables, centrarse más en temas específicos y asumir un papel simbólico frente al resto de la sociedad." Touraine (1992) argumenta que un movimiento social, "es una acción colectiva orientada a la implementación de valores culturales centrales contra los intereses e influencias de un enemigo definido en términos de relaciones de poder. Un movimiento social es una combinación de conflictos sociales y de participación cultural."

La acción colectiva es una respuesta al problema del individuo en las sociedades postindustriales cuyos recursos simbólicos aumentan el potencial de "individuación", de forma que favorecen la autonomía, la autodefinición, la posibilidad del metaconocimiento y la metacomunicación (Rodríguez Giralt, 2002). Sin embargo, según Melucci (1998:371), "El mismo movimiento por el que estos sistemas sociales distribuyen estos recursos para la individualización sirve de manera simultánea para fortalecer las formas de control y transferirlas a ese nivel básico en el que se da forma al significado y la identidad individual."

Rodríguez Giralt (2002) argumenta que las tecnologías de la proximidad tienen un papel activo en la disolución de fronteras, han transformado la práctica, la organización y el discurso de los movimientos sociales contemporáneos, tanto instrumental, organizacional y más profundamente ha dado origen a nuevos modos de relación y de comunicación, que permiten la gestión de conocimientos, la creación de comunidades y el intercambio de significados en otro régimen de relaciones.

De acuerdo a Rodríguez Giralt (2002) estos cambios permitirán argumentar que las luchas culturales y sociales contemporáneas, debido en parte al influjo tecnológico, viran su sentido, pasando la política a la cosmopolítica actual la que permite reunir actores muy diversos —incluso ontológicamente— en un mismo escenario, precario y global, donde el intercambio de propiedades, la negociación y las alianzas, por ejemplo entre humanos y no humanos, es moneda común. Los componentes de una estructura de red de intercambio comprenden una red de

actores individuales o colectividades, los recursos valiosos que se distribuyen entre estos actores y sus oportunidades y relaciones de intercambio existentes (Ritzer, 1993).

La cosmopolítica asume que los entrecruzamientos entre cualquier tipo de relación humana y cualquier clase de cuerpo, incluso lo no humano, con el apoyo de tecnologías que permiten reunir actores muy diversos en un mismo escenario global en relaciones permanentes e intensas para intercambio de propiedades, la negociación y las alianzas políticas, etc. Al abrir espacios de participación política, los nuevos movimientos sociales trascienden el terreno de la política para situarse en acciones de la cosmopolítica que permiten la elaboración permanente de compromisos que se sitúan en los planos humanos y no humanos. Rodríguez Giralt (2002) sentencia que "si algún rasgo caracteriza a los nuevos movimientos sociales es precisamente éste: la continua reformulación de tal relación, y la (re)creación de esos lazos gracias a la contribución de las denominadas TIC".

6. Acción de los movimientos sociales y formación de la sociedad civil en Latinoamérica

A través de Latinoamérica se pueden encontrar movimientos a ras de suelo que emergen de los grupos étnicos, comunidades indígenas y los sectores más explotados de la población como el caso de la rebelión indígena de Chiapas y la conciencia étnica del movimiento de Afro-brasileños. Los partidos políticos más controversiales, las organizaciones sindicales y campesinas, los nuevos movimientos sociales en Latinoamérica se han establecido como fuerzas tanto a nivel local como nacional, a pesar de que muchos de estos movimientos tienden a ser clientelistas con relaciones jerárquicas que son una copia del medio ambiente político basado en el patronazgo y el caciquismo.

La fragmentación y dispersión ideológica, política y organizativa de los movimientos sociales de resistencia ha provocado una implosión del pragmatismo al interior de los partidos políticos cuyo efectos supeditan la democracia electoral a los intereses y prerrogativas de los grupos de la elite político burocrática que tratan de mantener el poder estatal. La principal causa de la crisis de los partidos políticos es el surgimiento de formas no democráticas de legitimación que los vuelve incapaces de promover los cambios sociales. El sistema de partidos no ha podido sustituir las funciones del presidencialismo como árbitro para la resolución de conflictos y disputas que surgen entre los diferentes actores con intereses económicos, sociales y políticos. El sistema de partidos políticos en Latinoamérica entra en crisis y son rebasados por una sociedad civil mas demandante y participativa, y por los medios de comunicación que se asumen como actores políticos para servir de intermediarios en las demandas de la sociedad.

El análisis de los nuevos movimientos sociales en Latinoamérica debe considerar la gran heterogeneidad, diferencias y particularidades de su composición social y

sus interacciones en función de elementos contextuales que imprimen dinámicas cambiantes a la lógica del comportamiento social.

Mientras que la perspectiva americana de los nuevos movimientos sociales se centra en las elecciones racionales y el cálculo de costes y beneficios para explicar la acción colectiva con una orientación política, cultural, etc., la corriente europea, pone un marcado énfasis en los procesos de identidad y su preeminencia, poco racional, en toda acción colectiva. De acuerdo a Rodríguez Giralt (2002) ambas aproximaciones ofrecen marcos de interpretaciones útiles e interesantes de la acción colectiva, pero, lejos de resolver su ambición holística, no han hecho más que multiplicar las paradojas e interrogantes que se ciernen sobre la explicación de la acción colectiva.

Muchos de los nuevos movimientos sociales en Latinoamérica han surgido de los movimientos y partidos viejos, usando las nuevas tácticas y buscando el apoyo de la opinión pública internacional. Algunos de estos nuevos movimientos sociales no solamente mantienen conexiones internacionales con movimientos similares en otros países, sino que también mantienen ligas con partidos políticos progresistas, agencias no gubernamentales internacionales y organizaciones religiosas internacionales con quienes desean formar alianzas a fin de promover sus temas específicos así como metas más generales de justicia social, redistribución económica y democratización política. Estas estructuras alternativas y relaciones de poder emergen en oposición a las existentes. Por lo tanto, en muchos de los casos no tienen éxito en la transformación de la naturaleza de las relaciones de poder o no contribuyen como se espera en la construcción de una sociedad más justa, democrática y equitativa.

Los nuevos movimientos sociales internacionales recientes capaces de combatir los poderes económico-financieros, son los primeros signos del descubrimiento colectivo de la necesidad vital del internacionalismo o, mejor aún, de la internacionalización de los modos de pensamiento y de las formas de acción en Latinoamérica. Las teorías de movimientos sociales, de procesos de genética organizacional y las actividades emprendedoras que dan origen a nuevas empresas, así como el trabajo empírico de los ecologistas sobre las comunidades organizacionales y estudios de la sociedad y la ley, involucran la introducción de nuevos tipos de actores e intereses, nuevos repertorios de acciones, nuevos arreglos estructurales, e interacciones críticas entre las instituciones y los individuos.

Son las mismas luchas políticas que en el ámbito del Estado-nación cuestionan la legitimidad de sus gobiernos pero no la legitimidad misma del Estado Latinoamericano. Los límites de la legalidad no son los mismos de lo legítimo. Así, un elevado desarrollo económico puede coexistir con un debilitamiento de las relaciones de confianza y cooperación cívica (Grootaert, 1998). Las relaciones de confianza interpersonal, cooperación y compromiso cívico aprendidas en asociaciones crean un capital social que influye en el desarrollo económico y el desempeño democrático de las instituciones.

7. El eslabón perdido del desarrollo

El eslabón perdido entre los ámbitos micro y macro del desarrollo social, sostiene (Lechner, 2000), es "una desventaja a la hora de analizar conjuntamente las relaciones de confianza generalizada y de asociatividad y, por otra parte, las normas de reciprocidad y de compromiso cívico vigentes en la sociedad." Las relaciones de confianza entre los individuos y el compromiso cívico dependen de las oportunidades y las restricciones que ofrece el contexto histórico-social. La asociatividad y la confianza entre los individuos en una sociedad, como condiciones del capital social están disminuyendo debido en parte a la "destrucción creativa" de los procesos de modernización e indican que están en proceso de transformación. Weber define el espíritu del capitalismo como el conjunto de elementos éticos que inspiran a los empresarios en sus acciones a favor de la acumulación del capital.

Así, el capitalismo establece una nueva relación moral de las personas con su trabajo. En el análisis de Hayek, "el empresario trabaja en un contexto de libre competencia, inversiones y precios adecuados al beneficio esperado. El mercado proporciona al empresario información sobre la oferta y la demanda, y las coordina. Los productores, independientes entre sí, reciben indicadores de los consumidores acerca de los bienes que deben producir y a qué precios. Aspiran a vender bienes y prestar servicios de la mejor manera posible, vendiéndolos al precio más barato para atraer clientes. Es la smithiana mano invisible del mercado. El contenido del Estado es sólo garantizar al mercado la posibilidad de ejercer su función sin obstaculizar su trabajo y protegerlo de injerencias ajenas" (Estefanía, 2002).

Sin embargo, el desarrollo del capitalismo en Latinoamérica como sistema económico ha degradado el desarrollo social. Los procesos de destrucción creativa del capitalismo, según Schumpeter, explican con más acierto el desarrollo del capitalismo internacional en su fase superior, la globalización, que la interpretación neoliberal de Hayek de que "el empresario, bajo su responsabilidad, decide qué produce, qué servicios ofrece y cómo lo hace; en la actividad empresarial, es totalmente libre. El consumidor, por su parte, es libre de elegir, de acuerdo con su renta, entre los valores y servicios que le ofrece el empresario" (Estefanía, 2002).

La exaltación del individualismo es una característica de los procesos de modernización capitalista que tiene implicaciones en las propuestas de las instituciones democráticas, la familia, etc. Esta perspectiva sociológica predijo correctamente la difusión de las orientaciones occidentales modernas y las formas institucionales para las tierras menos desarrolladas. La escuela sociológica completa vino a enfocarse más tarde en esta difusión global de las formas institucionales del centro avanzado a la periferia del sistema internacional. No menos importante entre estas predicciones fue la expectativa que los factores demográficos responderían a la modernización y que en particular, las tasas de

fertilidad declinarían. Los resultados recientes han invalidado estas expectativas. Las teorías de la modernización no predijeron bien otras consecuencias de estos procesos de difusión. La reacción a los errores predictivos al acercamiento de la modernización no surgió primero de la sociología Norteamericana sino de su contraparte Latinoamericana fuertemente influenciada por la economía política marxista.

Con estas raíces teóricas firmemente plantadas en la economía política marxista, los trabajos sobre la dependencia dejó de lado todas las consideraciones de valores e ideas y culpó de la pobreza de Latinoamérica a las corporaciones multinacionales y sus gobiernos protectores. Desde este punto de vista alternativo, la modernización fue el venero ideológico del capitalismo occidental cuyas incursiones en el resto del mundo lo mantuvo en un permanente retraso. El subdesarrollo no fue el pecado de una omisión de países en el margen de la industrialización moderna, sino activamente un proceso viejo en el cual los términos comerciales fueron arreglado en detrimento de los Estados débiles productores de bienes primarios (Portes, 1997). En cada región avanzada y plural por igual, del sistema capitalista internacional, los procesos de adelgazamiento industrial, reestructuración y relocalización han sido justificados por la amenaza y demandas de la competencia global.

En vez de sostener el crecimiento económico y una mayor igualdad social, la modernización de las sociedades latinoamericanas produjo varias consecuencias negativas no esperadas tales como el prematuro incremento de los estándares de consumo con muy poca relación a los niveles locales de productividad; la bifurcación estandarizada entre las elites capaces de participar en el consumo moderno y masas concientes de ello pero excluidas, presiones migratorias en tanto que los individuos y sus familias buscan ganar acceso a la modernidad moviéndose directamente a los países de donde proviene la modernidad (Portes, 1997). La expansión de los procesos de una globalización mitificada ha contribuido a la exaltación de un nuevo individualismo, el cual según (Giddens, 1999), está asociado a la difamación de la tradición y de la costumbre en nuestras vidas, un fenómeno relacionado con el impacto de la globalización entendida de un modo más amplio que la influencia de los mercados.

8. Conclusiones preliminares

La asociatividad de las organizaciones tradicionales formales disminuye mientras se aumenta la participación en asociaciones con objetivos específicos y claros. La asociatividad forma parte de las virtudes de los ciudadanos que participan en la gobernabilidad democrática y limita los excesos populistas, corporativistas y clientelares de los gobiernos latinoamericanos.

Las políticas dirigidas a desregular los mercados, la privatización y la liberalización son parte del reforzamiento extraordinario de la negociación de un grupo privilegiado de actores colectivos cuyas demandas ganan acceso directo a los

grupos de más altos del poder político-burocrático gubernamental. La gobernabilidad trasciende los meros problemas de la acción gubernamental para proyectarse como un atributo social con capacidad para delinear y dirigir un proyecto de desarrollo. La gobernabilidad tiene varias dimensiones entre las cuales se cuentan la política, económica, social, cultural, etc., las cuales se presentan en diferentes escalas: local, regional, nacional y global.

Por lo tanto, la calidad de la gobernabilidad democrática en Latinoamérica no solamente está en disparejo con los fundamentos materiales de la ciudadanía sino que estos experimentos democráticos frágiles también están en peligro porque hacen caso omiso de las expectativas razonables y legítimas de la población, magnificando la fortaleza de la clase dominante como resultado de reforzar el papel de las relaciones de poder no institucionalizadas (Boron, 1995).

Es sintomático que la gobernabilidad democrática en Latinoamérica se construya sobre una estructura de instituciones débiles que no pueden canalizar las demandas de los nuevos movimientos sociales ni concretan acuerdos conforme a un proyecto de desarrollo. Los mecanismos de coordinación y comunicación horizontal con la ciudadanía permiten la creación de un sistema complejo de redes que facilita la participación democrática para la toma de decisiones y para la implementación de las políticas públicas. La toma de decisiones debe realizarse al más cercano nivel de la población involucrada.

Los derechos ciudadanos se conquistan a través de las prácticas democráticas que resultan de una redistribución del poder político. Las redes de poder atrapan a los ciudadanos y los somete a la lógica de una esfera de influencias y competencias con altos costos para quienes optan por alternativas diferentes que implican la negación de las telarañas de poder.

Lectura2: ¿Una Nueva Teoría Estratégica? Razones y sinrazones

Autor: Rafael Alberto Pérez

Resumen: El artículo relata el proceso que lleva al establecimiento de una "nueva teoría estratégica", cuyas connotaciones, definiciones y aplicaciones están aun por determinarse. Resultado de la reflexiones generadas alrededor del Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación, FISEC, se trata de "una nueva teoría estratégica menos geométrica y más hermenéutica, menos racional y más relacional: una teoría de la estrategia redundada desde la comunicación".

Texto Completo:

Posiblemente usted haya oído hablar de que por ahí circula una "nueva teoría estratégica", y que mas de 200 expertos, de 16 países de la Comunidad Iberoamericana, pertenecientes a unas 60 Universidades, y a otras tantas instituciones públicas y empresas privadas se han constituido en el Foro

Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación, FISEC, para debatir y desarrollar las propuestas y modelos aplicados que se derivan de dicho enfoque. Es igualmente posible que usted sepa que los expertos interesados en ese debate no son únicamente académicos y que el foro ha contado con la presencia y participación de personalidades representativas de la vida política, empresarial, y financiera iberoamericana así: el Presidente de México, Vicente Fox; la Presidenta del Parlamento de Andalucía, Maria del Mar Moreno Ruíz; los Directores del Instituto Español de Estudios Estratégicos (Ministerio de Defensa) Almirantes Juan Carlos Muñoz Delgado, y Jaime Rodríguez Toubes; el ex alcalde de Lisboa, João Soares; el portavoz del gobierno mexicano, Rubén Aguilar, el portavoz de la Junta de Andalucía, Enrique Cervera Grajera; el Director de Comunicación de Coca Cola (División Latinoamérica Centro), el Director de la Fundación Cruzcampo (Heineken); el Director Ejecutivo de Relaciones Institucionales de Banamex (CitiGroup); el Coordinador del Programa de Comunicación para el Desarrollo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID); el Director de Programas de Comunicación para el Desarrollo del Banco Mundial, el jefe de Comunicación del Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS) de Chile, y así hasta un centenar largo de expertos reputados, lo que sin duda pone de manifiesto el interés de este nuevo enfoque.

Pero también es muy posible que usted nunca haya oído hablar de esa nueva teoría, lo que, por otra parte, sería muy comprensible, pues estamos hablando de un enfoque que a penas tiene cinco años de vida y que se ha movido discretamente sin aspirar a una excesiva visibilidad. Prueba de ello es que si entramos en Google solo obtendremos 366 resultados lo que es tanto como decir nada, o más bien, un alfiler perdido entre los millones de páginas de Internet.

Sin duda, eso es precisamente lo que confiere interés a este tema. ¡Tantas veces nos han querido fascinar- y a veces embaucar- ofreciéndonos algo nuevo o reformulado! Nueva economía, nueva filosofía, y vienen ahora con una nueva teoría estratégica. O, por el contrario, ¿estamos ante la punta de un iceberg?

1. Los orígenes: Corría el verano de 2001 y en la página 672 del libro que estaba terminando de escribir, Rafael Alberto Pérez- un profesor de la Universidad Complutense de Madrid hasta ese momento poco conocido en Latinoamérica- desvelaba el secreto mejor guardado de su nueva obra [1] : no se trataba de un tratado, ni de un libro de fundamentos, las 671 páginas precedentes estaban ahí para conducirnos- de forma laboriosa pero inexorable- a una propuesta tan rompedora que al escribirla sorprendía a su propio autor: la necesidad de una nueva teoría de la estrategia [2].

Pero, ¿de qué nueva teoría hablamos?: “Una nueva teoría estratégica menos geométrica y más hermenéutica, menos racional y más relacional”. “Una teoría de la estrategia refundada desde la comunicación”.

Sin duda la propuesta plantea cuestiones evidentes: ¿Cómo se puede construir esa nueva teoría? ¿Qué papel juega en ella la comunicación?

¿Cómo se puede construir esa nueva teoría?

Rafael Alberto Pérez no aportó esa teoría, su intención fue sólo programática, pero a cambio nos dio cinco pistas de cómo hacerlo:

1. Entendiendo que la clave de toda teoría estratégica pasa por recuperar al ser humano, actualmente reemplazado por constructos tales como el homo economicus, el actor racional, etc.

Partimos de la idea de que la complejidad de los problemas/oportunidades a los que ha de enfrentarse el hombre de acción en su vida comienza por la complejidad del propio hombre (de uno mismo, de los demás, de nuestras relaciones), y que por tanto una ciencia de la estrategia que soslaye el problema del jugador en cuanto hombre, simplificándolo bajo el supuesto de racionalidad o cualquier otro esquema reductor, es una ciencia que se auto limita y que difícilmente va a servirnos para ayudarlo a orientar su toma de decisiones” .

2. Concibiendo la estrategia como el resultado de un juego de percepciones valoradas. Frente al enfoque convencional que considera la estrategia como un juego de intereses, creencias y deseos confrontados, el nuevo enfoque pone en primer plano los procesos cognitivos y los valorativos, lo que desplaza el interés desde la información [4] (en cuanto alimentadora de datos), a la comunicación (en cuanto configuradora de valores y cultura).

“...frente a la teoría clásica de las razones integrada por creencias y deseos, construida sobre un lectura sesgada y fragmentaria de las propuestas aristotélicas, nuestra aproximación aspira a recuperar la concepción original aristotélica de la acción como parte del discurso del hombre a través del logos bifronte: pensamiento/lenguaje. Coincide así con la necesidad de articular la vida sociopolítica de los ciudadanos en función de su relación con los otros hombres y con la estructura de su intimidad, expresada en su anthrópeia philosophia (filosofía de las cosas humanas).

3. *También responde a la concepción kantiana, en la medida en que entendemos que las decisiones se adoptan por sujetos agenciales a partir de estados mentales intencionales, y que se generan a partir de conocimientos (componente cognitivo, en cuya configuración adquieren relevancia la interpretación y la comprensión), y de valores (componente axiológico) que construimos en nuestra relación cultural con los demás, tal y como ya hemos expuesto con anterioridad”*

4. Poniéndose en el lugar del otro y dando así a la estrategia una orientación más dialogante, negociadora, cooperativa y consensual. Al enfatizar el punto de mira de los operadores, y sobre todo al devolverles su carácter de seres humanos relacionales dotados de diferentes racionalidades cultural y vivencialmente configuradas, la “nueva teoría estratégica” permite la interpretación y la comunicación y al hacerlo se vuelve más dialógica. Si como se ha propuesto en el punto anterior entendemos los conflictos como el resultado de lecturas mas o menos interesadas, pero siempre diferentes de una misma situación, la experiencia demuestra que esas lecturas inicialmente diferentes- y, en ocasiones,

aparentemente irreconciliables- son potencialmente armonizables mediante la negociación y el diálogo.

5. Añadiendo a los factores económicos - que siempre estarán ahí - otros más relacionales e intangibles. Y reconociendo que - en el mundo flexible, cambiante y simbólico, de comienzos de siglo XXI- los jugadores individuales y colectivos se ven abocados a adoptar decisiones bajo incertidumbre que no requieren tanto soluciones exactas como elecciones correctas. *“La teoría estratégica actual, secuestrada por las Escuelas de Negocios y sofocada por la tendencia dogmática hacia una sistemática matematización de la economía- tal y como en su día la bautizó Gerald PEABODY (1977)- no ha querido o no ha sabido distanciarse lo necesario de sus orígenes (...) La dirección en que nos hemos movido ha sido justamente la contraria: poner en evidencia en qué medida una serie de factores intangibles- y por tanto de difícil aunque no imposible medición- entre ellos, la comunicación, los valores y la cultura, juegan un papel activo y altamente relevante en nuestras vidas, en nuestras estrategias e incluso en nuestras economías.*

(...) Vale la pena profundizar en esta idea. Si no siempre necesitamos y pocas veces podemos conocer el camino exacto a seguir, ¿por qué empeñarnos en dejar fuera de nuestras cartas de navegación estratégica la mayor parte del comportamiento humano? ¿Por qué no construir esa teoría? Es un hecho que, en ocasiones, el hombre necesita de la exactitud matemática. La necesitamos, por ejemplo, para colocar una sonda en Marte, y también para recibir la señal digital en nuestro televisor, y lo mismo puede decirse de los análisis financieros previos a una fusión entre empresas. Pero, todos sabemos que esos casos son, sino la excepción, al menos minoritarios en el juego cotidiano del vivir. Cuando se plantean bifurcaciones en la vida real, la mayoría de las veces, solemos precisar mas de orientaciones correctas que de datos matemáticos precisos. Comentando esta reflexión con José Luis Pinillos, el emérito Profesor enriqueció esta idea sobre la marcha con una sugestiva propuesta que traslado al lector: ¿Cuántos de nosotros sabemos cuales son las coordenadas de nuestra situación geográfica, es decir en qué paralelo y en qué meridiano estamos situados, por no hablar de una posición precisa medida en grados?. Y sin embargo ello no nos impide movernos con fluidez por nuestra ciudad ni resolver eficazmente nuestros problemas. No necesitamos la exactitud geométrica para vivir, siempre que no olvidemos que si la necesitamos para construir un edificio o para pilotar un avión, o lo que es lo mismo para vivir bajo ciertas circunstancias. Y esta es la cuestión, tenemos una teoría matemática de la estrategia, como tenemos una teoría matemática de la información, pero nuestras conductas cotidianas no se rigen ni por una ni por otra. Esas teorías, sencillamente cumplen otra función. El problema es que mientras hoy contamos con numerosas teorías (cualitativas y hermenéuticas) sobre la comunicación que nos ayudan a entenderla como fenómeno intercultural, relacional y cotidiano, y en cierta medida a utilizarla mejor, en cambio carecemos de una teoría estratégica que no sea la paradigmática” [6].

6. Como consecuencia, en vez de preocuparse por proporcionar reglas paradigmáticas y exactas, la nueva teoría estratégica aspira a proporcionar al hombre de acción otro tipo de reglas:

- De una parte, reglas hermenéuticas (y como tales reductoras de la incertidumbre) que le asistan tanto a la hora de interpretar y sacar sentido de la realidad social como a la hora de contextualizar, lo que sin duda potenciará el análisis estratégico.
- De otra parte, reglas de decisión, aunque esta vez narrativas (y por tanto no necesariamente exactas), que le ayuden a gestionar su discurso y a guiar su conducta de forma más coordinada sus intereses y con los de los demás.
- *“Sin duda una teoría tal habría perdido la exactitud del enfoque clásico (y no nos servirá cuando realmente necesitemos esa exactitud), pero en cambio habría ganado en flexibilidad y liderazgo. Algo que de lo que parece estar necesitada tanto la sociedad como las empresas actuales. Esta teoría más hermenéutica y narrativa de la estrategia partiría de las diferencias y se movería en un espacio constituido por los interespacios, por las interdependencias, los intersignificados. Su unidad de análisis no sería ya el jugador, ni tampoco el hombre jugador sino las relaciones entre los distintos hombres-jugadores, expresadas en las distintas etapas del juego. Finalmente, su objetivo sería ayudar a elegir un curso de acción en el marco de una relación discursiva y significativa” [7].*

¿Qué papel juega en ella la comunicación?

“Estrategias de comunicación” añade una sexta pista que para algunos puede ser sorprendente, nos dice el locus desde donde concebirla: la comunicación. Se trata de una “teoría estratégica reformulada desde la comunicación”. **Lo explica así:** *“Soy de los que creen que el problema más grave que afrontamos los comunicadores, como muchos otros profesionales, es que no contamos con un mapa del territorio o con un modelo del objeto de transformación al que nos enfrentamos específicamente que nos permita tomar decisiones fiables. De ahí que los comunicadores hayamos tenido que ir a tomar prestadas las teorías y representaciones organizacionales y estratégicas (managerials) [8], vigentes tanto en los círculos académicos de las Business School como en los empresariales, (teoría de los juegos, modelos de las diferentes escuelas del management, casos históricos, etc.).*

Y aunque la experiencia demuestra que esas teorías foráneas siempre pueden introducir sesgos o constricciones al desarrollo de una teoría autónoma- como de hecho ha ocurrido- eso no impidió que la contribución de la teoría estratégica a la comunicación constituyese un serio avance que debía ser recogido, ordenado y matizado. Un testimonio que, en mi opinión, justificaba por sí mismo el proyecto de este libro.

Lo que entonces yo no sabía es que una de las conclusiones a las que iba a llegar, acaso la más importante, iba a ser prácticamente la contraria: que en ese

maridaje entre estrategia y comunicación, era la comunicación la que más tenía más que aportar. Una conclusión sorprendente, pues si todos tenemos claro los beneficios de una aproximación estratégica a la comunicación, pero no suele estar tan clara la afirmación inversa. Y sin embargo hoy puedo decir que:

Una teoría estratégica que no tenga en cuenta el poder de la comunicación para crear y compartir valores y promover transformaciones se quedará irremisiblemente corta.

Esta afirmación parte de la idea repetida a lo largo del libro de que los negocios, el marketing y la política son procesos de intercambio que difícilmente podrían culminarse sin la ayuda de la comunicación. Y también de la convicción de que toda teoría científica cuyo objeto de estudio son los seres humanos, ha de reconocer que esos seres humanos- en cuanto agentes o actores que intervienen con su mente y su voluntad sobre la realidad interior y exterior- construyen un mundo mental y relacional, un mundo de valores, que sólo se puede entender a partir de la comunicación” [9].

Reflexiones parecidas debían estar presentes en otros muchos expertos, así en Sandra Massoni [10]: *“La comunicación es un espacio estratégico en la dinámica sociocultural”* (1990); en Martín Barbero (2002) al sugerir la *“posibilidad de que la comunicación sea un lugar estratégico desde el que pensar la sociedad”*. Y más recientemente en Marcelo Manucci (2004): *“Diseñar estrategia es diseñar significados”* [11].

La coincidencia no se produce sólo en el diagnóstico sobre la importancia de la matriz relacional inherente a toda estrategia y sobre el déficit cultural y de humanidad del pensamiento estratégico, sino también en el tratamiento para resolver estas carencias: la comunicación. En palabras del antropólogo argentino Constantin von Barloewen (2001): *“La civilización mundial del siglo XXI no debe tener un carácter dogmático, sino aspirar al dialogo. No debe ser centralizada sino intercultural, en todos los campos de la vida”*. [12]

Desde esta perspectiva compartida la comunicación (sus teorías), es el locus perfecto para re-pensar una nueva teoría estratégica.

En este punto es importante destacar que la coincidencia en la distancia no venía dada tanto por la influencia y la lectura recíproca cuanto por las exigencias de la realidad ahí fuera. En el nuevo contexto de una sociedad supuestamente global en sus mercados y redes de información pero claramente fragmentada en sus reglas y valores, se estaba haciendo patente la necesidad de tender puentes entre las distintas partes de los conflictos/oportunidades. Surge así una nueva orientación estratégica más orientada a la negociación, a la cooperación y al consenso que al conflicto. Pero, ¿cómo tender esos cables cuando las cosas se perciben de forma tan diferente? Es aquí donde entra en juego la comunicación. El papel preciso ypreciado que están llamada a jugar la comunicación y sus estrategias es el de tender esos puentes entre las partes implicadas en los conflictos y el de hacer de pegamento de las fracturas sociales. Precisamente por que el conflicto dominante es de tipo normativo y está, por tanto, basado en valores y prioridades, la

comunicación está llamada a jugar un papel fundamental en su resolución. Y la razón es simple: la comunicación es la forma más axiológica de interacción de que disponemos.

Sin duda, la idea de que la comunicación fuese la matriz social de un campo de estudio no era nueva, estaba ya en el clásico de Ruesch y Batenson: *“Communication: The Social Matrix of Psychiatry”* (1951)

Hoy como ayer, las razones son las mismas. Tanto la estrategia como la psiquiatría consideran al individuo dentro de una situación dada (juego, partida), y abarcan sucesos que relacionan a un individuo con otro y al individuo con los distintos grupos sociales. Son situaciones que reclaman sistemas científicos generales y unificados que relacionen la parte con el todo. Pero esa visión transdisciplinar e integrada no se cumple en los textos estratégicos al uso, sino mas bien una visión segada desde la hegemonía de la economía y el management.

Ante esta situación algunos expertos dieron un paso más al proponer que los modelos científicos de la comunicación son los más apropiados para permitirnos explicar desde dentro de un mismo sistema los aspectos físicos, intrapersonales, interpersonales, y culturales de las relaciones humanas y sus diferentes sucesos. La comunicación se plantea así como un espacio que vincula la estrategia con las otras ciencias.

Es importante recordar aquí que tal y como lo venimos utilizando nosotros - y en su día Ruesch y Batenson- el concepto de comunicación incluye todos los procesos a través de los cuales la gente se relaciona e influye recíprocamente. Esta concepción está basada en la premisa de que todas las acciones y sucesos adquieren aspectos comunicativos desde que son percibidos significativamente por un ser humano. Es este proceso hermenéutico el que le permite a una persona predecir sucesos y actuar estratégicamente para afrontarlos con cierto éxito. El chileno Rafael Echeverría (2003) lo diría todavía mas claro *“vivimos en mundos interpretativos”* [13].

2. El proceso constituyente

La semilla estaba plantada, y algunos sucesos ocurridos posteriormente vinieron en apoyo de lo que inicialmente parecían propuestas arriesgadas o, tal vez, meras expresiones de intenciones.

Los hechos

La propuesta de una nueva teoría estratégica llamó mas la atención en Latinoamérica, que en la propia tierra del autor, quien en menos de seis meses, tenía sobre la mesa invitaciones para explicar su propuesta en otras tantas universidades latinoamericanas. Sin embargo, Rafael Alberto Pérez le dio la vuelta a la situación y fue él quien se trajo primero a España a los que iban a ser sus futuros anfitriones. Así surgió el I Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de

Comunicación, celebrado los días 25 y 26 de noviembre 2002 dentro del VI Ciclo de Otoño que organiza la Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid.

A medida que avanzaba la exposición de las ponencias un sentimiento de concordancia en la necesidad de un cambio crecía en la sala:

“Las estrategias tienen como elementos constitutivos al hombre, el hombre define, el hombre actúa y las estrategias se dirigen a otros hombres. No existe estrategia cuando el objeto de nuestro quehacer es un ser inanimado” **Almirante D. Juan Carlos Muñoz-Delgado del Río**

“Es necesario en este entorno tecnificado recuperar nuestros recursos humanos de comunicación, y la capacidad de crear y modelar los soportes de nuestras necesidades como sujetos grupales e individuales”. **Claudio Avendaño**

“... Frente a la cruda realidad que vivimos urge crear nuevos modelos mentales”. **Ítalo Pizzolante.**

“La nueva correlación de fuerzas exige también nuevos esquemas de pensamiento. Modelos y teorías diferentes de las que sirvieron para explicar las relaciones entre los actores sociales durante la Guerra Fría”. **Regina Santiago.**

“¿Qué es lo que se ha hecho mal? Independientemente de problemas graves en compañías como Enron, Worldcom, etc. en las que el problema ha sido normativo y también penal, en las demás son errores de una forma de pensar estratégicamente sobre como realizar los procesos de transformación empresarial”. **Santiago García Echevarría.**

“No puede haber cambios políticos, sociales o económicos sin una eficiente estrategia de comunicación planeada y ejecutada a partir de una visión unitaria del mundo combinada con una concepción del desarrollo respetuosa con las diferentes identidades que conviven en el planeta”. **Juan Luis Manfredi.**

“Que alentador resulta este esfuerzo de reflexión orientado a construir los paradigmas del presente y del porvenir desde la perspectiva de los nuevos consensos posibles, desde la exigencia de hacer que las democracias funcionen con la participación de todas las partes, y desde las nuevas dimensiones de lo nacional y lo internacional”. **José Carreño Carlón.**

En este contexto las conclusiones del I Encuentro firmadas por los 14 expertos [14] participantes, procedentes de 7 países iberoamericanos, representaron un respaldo significativo para la “nueva teoría”.

“Necesitamos una nueva teoría para la vida cotidiana que sea menos geométrica y más cualitativa, menos racional y, en cambio, más hermenéutica y relacional (...) La buena noticia es que en esa nueva teoría la comunicación cumpliría una serie de funciones importantes:

- *Función integradora: dotar a la comunidad de una visión unitaria del mundo*
- *Función transformadora: En lo cultural, lo social, lo organizativo*
- *Función autorreguladora*
- *Función de desarrollo sin perder la identidad*
- *Función de articulación con organizaciones, comunidades*

Si no un nuevo paradigma, un nuevo espacio de reflexión sí había nacido. De hecho unos meses más tarde se constituía legalmente como una asociación sin ánimo de lucro, el Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación. Pero sería el II Encuentro celebrado esta vez en la sede del Parlamento de Andalucía y con la colaboración de la Universidad de Sevilla, el 16,17 y 18 de septiembre de 2004, quien habría de dar el espaldarazo definitivo al proyecto:

De una parte, el portavoz de la Junta de Andalucía, Enrique Cervera Grajera en su discurso inaugural ofreció al Foro el apoyo de la Junta de Andalucía. Apoyo que más tarde se concretaría en la celebración bajo su patrocinio de los Encuentros anuales de FISEC en sedes institucionales andaluzas alternando cada año con sedes de otros países iberoamericanos.

Al apoyo institucional se unió el de los más de 150 expertos que habían acudido a Sevilla procedentes de 12 países iberoamericanos. En este sentido las conclusiones del II Encuentro no sólo ratificaron las del I Encuentro, sino que además dieron varios pasos en la construcción del nuevo paradigma:

Los expertos coinciden- con las naturales matizaciones- en la necesidad de innovar en el campo de la teoría estratégica y de construir nuevos mapas. Esta necesidad viene dada por cuatro causas principales:

- *Vivimos un mundo cada vez más marcado por la incertidumbre*
- *Los sesgos economicistas y las limitaciones de la actual teoría estratégica producida desde el management*
- *Las carencias de modelos estratégicos adecuados para aquellas situaciones en las que se producen variaciones en los modelos de referencia.*
- *Las exigencias del nuevo entorno de comienzos del siglo XXI.*

Y entienden que esta innovación debe representar una ruptura significativa con el actual paradigma, reafirmando así desde distintos ámbitos y disciplinas la oportunidad de este debate y de profundizar en dicha dirección.

Si hasta este Encuentro el perfil de esa nueva teoría estaba pergeñado básicamente de forma negativa, lo cierto es que a lo largo de las sesiones se han ido concretando los rasgos constituyentes que debería cumplir - hasta 28 cambios y varias líneas de investigación- que han de ser todos ellos objeto de un análisis más detenido.

(...) Es importante destacar que los expertos consideran que la nueva teoría estratégica puede ser re-pensada y re-formulada desde la comunicación, en la medida en que esta es la forma de interacción más axiológica de que disponemos y que ofrece un campo teórico único para estudiar las relaciones humanas, y los nuevos mapas que necesitamos son “mapas relacionales”.

De Sevilla, el Foro saltó a la “otra orilla” y el III Encuentro se celebró el en la sede de la Universidad Iberoamericana de México D.F. (21,22,y 23 de septiembre de 2005) recibiendo un nuevo espaldarazo, el hecho de que el propio Presidente de la República, Vicente Fox pronunciara el discurso de apertura. La nueva teoría recibía así su bautismo latinoamericano con las voces autorizadas de 36 ponentes

y unos 140 participantes procedentes de 16 países de la Comunidad Iberoamericana y los Estados Unidos.

Las conclusiones del encuentro fueron, una vez más, inequívocas:

▪ *“Se coincide en la necesidad de reincorporar al ser humano a una disciplina estratégica de la cual se ha “desencarnado”. Esta necesidad no debe ser entendida como un sueño idealista ni como una mera aspiración humanista, sino como un requisito para la refundación de la estrategia como teoría científica. Dicha reintegración ha de ser hecha desde determinadas premisas iniciales:*

- *La complejidad*
- *La trans y multidisciplinaridad*
- *Los hallazgos de las distintas ciencias que estudian al hombre (sin distinción entre duras o blandas)*
- *La concepción dinámica de los sistemas y la oportunidad de abordarlos desde el paradigma de lo fluido*
- *Una matriz relacional y participativa, para abordar a la comunicación*
- *La comunicación concebida como lugar de encuentro y de generación de significaciones, espacios y símbolos compartidos*
- *Los valores y derechos humanos de primera, segunda y tercera generación de los ciudadanos del siglo XXI*
- *Se cuestionan la validez tanto teórica como aplicada de las actuales formulaciones y de los modelos estratégicos en uso, y se coincide en la necesidad de aportar nuevos mapas que permitan a los hombres de acción navegar en este siglo y responder a sus retos y oportunidades”.*

Las teorías:

Pero en estos cuatro años que estamos glosando no sólo se han movido algunos expertos entorno a FISEC, también- y tal vez esto sea lo más importante- se ha producido un importante corrimiento teórico en varios campos de conocimiento íntimamente relacionados con el discurso de la “nueva teoría estratégica”: nos referimos a la economía, la neurología y las ciencias neurocognitivas en su conjunto.

Economía:

Trabajos procedentes de distintas disciplinas publicados en estos últimos años vienen a denunciar que los supuestos antropológicos de la teoría económica, no se corresponden con los resultados empíricos.

El profesor de la Universidad de Barcelona, Felix Ovejero (2005) lo resume con singular acierto [15]:

1. *Participamos de diversos sesgos que nos alejan de los comportamientos racionales tal y como los entiende la teoría formal de la racionalidad.*
2. *Los humanos, y los primates con intensa vida social, como “psicólogos naturales”, que realizamos inferencias sobre las actitudes, motivos de los demás y anticipamos su conducta lo que es parte importante de los procesos*

comunicativos.

3. *Una sociedad de homines oeconomici, sin vínculos emocionales o normativos, sustentada solo en el cálculo egoísta, resulta imposible : las interacciones sociales - incluidos los intercambios de mercado- requieren confianza, lealtad, sentido del compromiso.*

4. *La presunción de que los humanos son puramente egoístas resulta sencillamente falsa. Principios como los de reciprocidad o equidad regulan muchas de las interacciones en distintas sociedades humanas (y no humanas). No es menos falsa la presunción de que somos puramente altruistas*

5. *La emociones, en fin, nos permiten distinguir entre normas morales (“No matarás”) y la norma que es simple convención (coger el tenedor con la mano izquierda)*

Concluye Ovejero que “estos resultados obligan a corregir buena parte de nuestras concepciones acerca del comportamiento humano, la sociedad y las instituciones. También las **estrategias** [16] para explicar su funcionamiento”. Una idea que ya estaba detrás de la propuesta original de la “nueva teoría estratégica”. No hemos de olvidar que Rafael Alberto Pérez, se apoya en 2001 en las tesis del israelita Daniel Kahneman (tres de cuyos trabajos cita expresamente), y que estas tesis obtendrían reconocimiento posterior con la concesión en 2002 del Premio Nobel de Economía a Daniel Kahneman y Vernon Smith. Todo indica que la nueva teoría estratégica había apostado por un jinete ganador.

Neurología y Ciencias neurocognitivas:

Otro duro varapalo al homo oeconomicus y al actor racional habría de venir de la mano del neurólogo portugués Antonio R. Damasio, quien ha destacado que las decisiones humanas “están ancladas en el lado emocional y muy alejadas del constructo del homo oeconomicus” y que “aunque la perspectiva de la toma de decisiones basada en la maximización de la utilidad resulta persuasiva, las decisiones humanas raras veces se conforman a ella” (Antoine Bechara y Antonio R. Damasio, en prensa)

También aquí se da la circunstancia de que la obra inaugural de la “nueva teoría estratégica” las “Estrategias de Comunicación” de Rafael Alberto Pérez, había encontrado ya en 2001 su apoyo en la neurobiología y en los marcadores somáticos de Damasio, a quien se cita profusamente. También aquí la concesión del Premio Príncipe de Asturias de Ciencias Humanas 2005 a Damasio vendría a significar un reconocimiento posterior a esta otra columna de la “nueva teoría estratégica”.

En general, los importantes avances de las ciencias neurocognitivas nos están desvelando a un homo strategicus que difiere sustancialmente del homo oeconomicus. Muchos de estos hallazgos científicos son tan recientes que no figuraban- ni siquiera podían ser imaginados- en el programa inicial de la “nueva

teoría estratégica” pero la buena noticia es que no solo no la niegan sino que nos permiten avanzar paso a paso en las líneas de investigación propuestas por ella: hoy ya es posible dar- en gran medida- una explicación científica de la capacidad estratégica y de los procesos implicados en el diseño de las estrategias humanas.

3. Los detractores:

La “nueva teoría estratégica” es tan joven que todavía no ha dado tiempo para que hayan surgido sus detractores, pero debemos dejar constancia de que esta iniciativa tropieza o va a tropezar con el escepticismo de algunos estudiosos:

- En primer lugar están los que sugieren que no ha habido ni habrá nunca una teoría de la estrategia, sencillamente porque no puede haberla. Los llamados teóricos, no hacen más que perseguir sombras cuando buscan un principio genérico y simple del éxito competitivo a largo plazo. Las reglas estratégicas son siempre contingentes (contexto y oportunidad), y sobre esa contingencia no se pueden construir teorías, a lo sumo reglas, principios y métodos.

- La segunda línea crítica no llega a afirmar la imposibilidad ontológica de una teoría estratégica, pero critica la falta de predicibilidad de las actuales teorizaciones: explican ex post lo que son incapaces de predecir. En otras palabras, son descripciones de triunfadores, no explicaciones del triunfo y como consecuencia, la mayor parte de las teorías estratégicas consisten esencialmente en recuentos a posteriori de los elementos de éxito.

- Un tercer grupo hace una objeción bastante generalizada en el pensamiento de muchos profesionales y ejecutivos: no hay una teoría de la estrategia oficial o aceptada como tal porque muchos ejecutivos miran las teorizaciones con relucencia considerándolas un fútil ejercicio intelectual, para muchos de ellos es una palabra sin sentido u odiosamente académica.

Es evidente que la nueva “teoría estratégica” si quiere sobrevivir tendrá que saber navegar entre esos océanos de pragmatismo.

4. ¿Pero esa nueva teoría existe?: La líneas de investigación en marcha

La mala noticia es que la nueva teoría estratégica no existe, es simplemente un “proyecto de teoría”.

Ubicada entre los movimientos académicos que proponen un cambio de paradigma (véase Prahalad y Hamel: “Strategy as a field: Why Search for a New paradigm” y la corriente neoinstitucional de Hocksbergen, Raza Mir, Praskash y Steidlmeier, entre otros movimientos rupturistas), la nueva teoría estratégica se mueve muy próxima a los trabajos de aquellos autores que propugnan un enfoque sistémico de las organizaciones (desde Simon hasta Francisco Serra), lo que permite incorporarla en el modelo la complejidad organizacional, y lo que es más importante, la “gerencia de la complejidad”, en afortunada expresión de Francisco Serra (2005). Dentro de la corriente sistémica a la nueva teoría estratégica le interesan las aportaciones de Luhmann (1991), y muy especialmente, su adaptación de la autopoiesis de Maturana y Varela a los sistemas decisorios

personales

y

organizacionales.

Surgida de la fusión de cuatro líneas de investigación:

1ª LÍNEA DE INVESTIGACIÓN - EL ENFOQUE DE LOS PARADIGMAS

Trabaja sobre la hipótesis de que los cambios del entorno y los nuevos problemas están planteando exigencias muy concretas que tropiezan con algunos de los planteamientos de la teoría estratégica convencional. Como consecuencia de ello, cada día aparecen más excepciones que ponen de manifiesto que la teoría actual resulta insuficiente para dar debida explicación y respuesta a los conflictos/oportunidades del nuevo entorno y reclaman con la fuerza de los hechos un cambio de paradigma.

2ª LÍNEA DE INVESTIGACIÓN - RECUPERAR AL HOMBRE Y SUS CAPACIDADES NATURALES, PARA REINCORPORARLOS EN LA TEORÍA.

Este línea de investigación sugiere la necesidad de reincorporar al ser humano en la teoría y con él las cualidades originarias de su capacidad estratégica y relacional (semántica, hermenéutica, prospectiva, comunicación, diálogo, etc.).

3ª LÍNEA DE INVESTIGACIÓN - ENFOCAR LA DISCIPLINA DESDE LOS AVANCES CIENTÍFICOS DEL SIGLO XX

Esta tercera línea de investigación pretende extender al ámbito social de la acción estratégica la nueva comprensión de la vida y del ser humano que ha surgido de la sistémica, de la teoría de la complejidad y, en general, de la revolución científica del siglo XX.

4ª LÍNEA DE INVESTIGACIÓN - INCORPORAR EL FACTOR CULTURAL

Esta cuarta línea de investigación, largamente experimentada en Latinoamérica, aspira a trabajar con otros parámetros que los económicos y en concreto pone el énfasis en incorporar el factor cultural, dentro de una orientación consensual y participativa.

Líneas, que, según una de las ponencias presentadas en el reciente Encuentro de México D.F. (Alberto Pérez, 2005), tendrían cabida en un programa común de investigación, que se podría resumir así:

1. La Estrategia es una capacidad humana antes que una teoría. Surgida en algún momento de la evolución hacia el hombre moderno (entre el 40.000 y el 20.000 a. C.) sobre la que se comienza a teorizar por escrito en el siglo V a.C.

2. La Estrategia es una disciplina que se ha olvidado de esta capacidad, concentrándose en lo contingente (la empresa, los contextos de acción, las reglas de decisión), con olvido de lo inmanente (la propia capacidad, los procesos humanos y sociales implicados). Una disciplina que se ha desorientado al no haber sabido fijar ni centrar nunca su verdadero objeto de estudio: los procesos humanos de estrategia social, hasta el punto de carecer todavía hoy de un término

propio para designar el fenómeno que debería constituir su objeto.

3. Esa desorientación actual cuestiona su estatuto científico como teoría.

4. En esta encrucijada caben dos opciones:

- Aquellos expertos que siguen pensando que el cuerpo de conocimientos estratégicos desarrollados desde el management en los últimos cincuenta años, es un buen punto de partida y que lo que haría falta serían algunas correcciones menores.

- La de aquellos otros- entre los que me encuentro- que propugnamos una refundación de la Estrategia tomando al hombre, sus capacidades y procesos como punto de partida y objeto de estudio. Es lo que he llamado la “nueva teoría estratégica”.

Según esta segunda línea de investigación, los requisitos básicos que nos posibilitarían el poder plantear una teoría científica de la estrategia son, por este orden:

- La explicación del proceso operacional por el cual surge la facultad que posee el ser humano de adoptar decisiones estratégicas y convertirlas en cauces de conductas futuras

- La explicación del proceso por el cual las personas adoptan y siguen estrategias en sociedad (modelo básico)

- La explicación del proceso por el cual los sistemas sociales (organizaciones, empresa, administraciones), adoptan y siguen estrategias (modelo organizacional)

5. Que estas explicaciones no pueden ser ya el resultado de una única disciplina sino de un estudio intradisciplinar de los procesos estratégicos a la luz del conocimiento científico de inicios del S. XXI.

6. El resultado esperado: una teoría unificada y general de la Estrategia

MÓDULO 3: Enfoques de Comunicación e información en el Desarrollo

Material de estudio:

1. Enfoques de comunicación e información en el desarrollo Hernán Salamanca Uribe. Proyecto Enlace.

- La lectura siguiente es para analizar e interpretar su contenido.

Lectura: MARCO CONCEPTUAL DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Antes de emprender un análisis sobre el papel que desempeñan las comunicaciones en el problema de la droga, se hace necesario elaborar; un marco conceptual que nos permita establecer las categorías desde las cuales nos aproximaremos y las funciones que les asignaremos a las comunicaciones en un problema de este tipo.

Sin duda, los distintos modelos utilizados en nuestro país para enfrentarlo, se han inscrito en determinada visión de Desarrollo; por esto, los parámetros desde los cuales debieron analizarse las acciones de la comunicación deben establecerse o la luz de la función esperada para la comunicación en programas de desarrollo.

Al dar un marco referencial específico para la comunicación, se pretende que lo evaluación de lo hecho hasta hoy, así como el planteamiento de las acciones futuras sean leídos en el campo de un proyecto comunicativo claramente delineado, lo que evitaría que la valoración de la acción comunicativa obedezca a posiciones meramente subjetivas.

El marco referencial que aquí expondremos, si bien no pretende ser la única aproximación al tema de las comunicaciones para el desarrollo, sí busco ser suficientemente comprehensivo como para determinar los aspectos constitutivos de un proyecto de comunicación articulado a una visión del desarrollo.

COMUNICACIÓN Y PROGRAMAS DE DESARROLLO

Inscribiéndonos en el sentido moderno del desarrollo social, podríamos afirmar que estaremos orientando comunicativamente un proyecto de desarrollo social en la medida en que aceptemos que **generar comprensión, entendimiento mutuo y acuerdos entre los distintos actores del desarrollo** es un aspecto importante para la calidad del mismo.

Aclaremos: El papel de la comunicación en determinado proyecto de desarrollo social será menos estructural en la medida en que tal proyecto se caracterice más por una concepción del desarrollo que presenta una visión acabada del mismo, entendida como “verdad” que ha sido sustentada por argumentaciones científicas y técnicas, que, a juicio del proponente, la hace incuestionable desde otras perspectivas. Una visión del mundo estructurada desde este ángulo restringirá el papel de la comunicación a la difusión de esa “verdad”, y las decisiones estratégicas derivadas de esa función se deberán centrar en lograr amplias coberturas para el discurso, posiblemente apoyándose en la legitimidad otorgada en las sociedades contemporáneas al discurso mediado por canales de alcance masivo.

Por el contrario, en la medida en que un proyecto de desarrollo social incluya en su formulación la necesidad de abrir espacios en donde los diferentes actores que intervienen en él busquen comprender y llegar a acuerdos, es decir, construir sentido para su actuación como entes sociales, lo comunicativo se constituirá en factor fundamental del desarrollo y deberá acudir a decisiones estratégicas, originadas en el reto de consolidar, propiciar y cuantificar las condiciones en las que los actores sociales concertarán y darán sentido a lo social y a lo individual.

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

CONCEPTO DE DESARROLLO	PAPEL DE LA COMUNICACIÓN
<p>El desarrollo expresado como un discurso ilustrado, portador de una verdad.</p> <p>El desarrollo expresado desde la modernidad, que busca construirse a partir de acuerdos y requiere comprensión de los distintos actores.</p>	<p>Divulga la “verdad” expresada en el modelo de desarrollo, optimiza su capacidad de emisión, maximiza su cobertura, expresa una síntesis preestablecida.</p> <p>Abre espacios de entendimiento, aporta elementos para la discusión, busca síntesis a partir de los consensos, proyecta a los actores, optimiza su capacidad de emisión y de recepción, maximiza su cobertura sobre la base del consenso.</p>

En procura de plantear unos elementos mínimos que, como parámetro, puedan conformar aspectos consensuales sobre lo que sería la comunicación para el desarrollo, podemos decir que ésta se constituye como tal en la medida en que logre crear las condiciones y aportar los elementos para que dentro de un proceso se den los siguientes momentos:^{28[1]}

- Un primer momento en el cual la acción comunicativa favorezca y posibilite la puesta en común de diversas “visiones del mundo”, en condiciones que permitan a los diferentes actores mirarlas y conocerlas desde una perspectiva abierta. Se trata de posibilitar una confrontación crítica en condiciones de real interlocución.
- Un segundo momento en el cual la acción comunicativa, buscando conocer las razones y motivos, es decir, la racionalidad de lo manifestado, favorezca y posibilite un nivel mínimo de comprensión de lo expuesto. Se trata de posibilitar argumentaciones “que hagan sentido” a los diferentes actores, sin que esto implique una aceptación de verdad de lo argumentado.
- Finalmente, un tercer momento en el cual la acción comunicativa favorezca y posibilite una síntesis basada en acuerdos consensuales, derivados de la

^{28[1]} Los tres momentos han sido definidos con base en elementos propuestos en el documento ELEMENTOS FILOSÓFICOS PARA LA COMPRESIÓN DE UNA POLÍTICA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA, presentado por Guillermo Hoyos. Capítulo “La teoría de la acción comunicativa”. El sentido dado a los momentos en este documento es ajeno al discurso original, Text of Footnote.

“experiencia” de los distintos actores. Alcanzar la síntesis rescata para la acción comunicativa la posibilidad práctica de “proponer”, de proyectar, con base en la legitimidad otorgada por el consenso.

El logro, al menos, de estos tres momentos constituye para la acción comunicativa un indicador claro de su articulación con el desarrollo en un sentido moderno; en otro nivel de análisis, abordaremos las estrategias de comunicación que pueden hacer factible alcanzar estos momentos.

CAPACIDADES Y FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Al buscar en la comunicación las características que le permitan cumplir realmente con el papel designado en el logro de los tres momentos mencionados, podemos, en primer lugar, adjudicarle tres capacidades relevantes:

Su capacidad para orientar la atención pública, la agenda de los temas predominantes que reclaman dicha atención y su discusión pública posterior.

Al contrario de lo que algunas escuelas pregonaban, hoy está cuestionada la capacidad que tienen los procesos comunicativos para incidir en la manera como los distintos sectores sociales piensan determinados problemas; por el contrario, cada vez es más reconocida su capacidad de llevar el interés público hacia ciertos temas y promover su introducción en la “agenda” de la población.

Su capacidad para generar efectos cognitivos y para determinar la distribución social de los conocimientos, según los diversos sectores socioeconómicos, culturales y profesionales.

Hoy es claro que dentro de una concepción amplia de la comunicación, la construcción y el aprovechamiento de espacios sociales que favorezcan el intercambio de saberes, alimentados por flujos adecuados de información, se convierten en espacios de comprensión de la realidad cuyo valor en la construcción de “nuevos saberes” adquiere cada día mayor estima.

Su capacidad para incidir en una determinada construcción social de la realidad, en una concepción del mundo que condiciona la forma de actuar.

Esta capacidad reconocida a la comunicación se basa en su posibilidad de consolidar visiones del mundo que, más allá de la organización para el saber, posibilitan la organización para el hacer, dentro de una visión “reconstruida” de la realidad inmediata, con base en la experiencia individual y social.

Para acceder a estas capacidades de la acción comunicativa se requiere la aplicación selectiva, al menos, de tres funciones claramente diferenciadas en la comunicación, si bien su utilización no implica (y no permite) un uso excluyente:

- Una función **informativa**, que privilegia la capacidad de la comunicación para distribuir datos, útiles para el logro de determinados objetivos directa o indirectamente relacionados con los objetivos de desarrollo.
- Una función **educativa**, que privilegia la capacidad pedagógica de la comunicación, bien sea como mediadora para el intercambio simbólico, como aportadora de insumos útiles a la construcción de nuevos saberes o como portadora de elementos culturales que permitan a los interlocutores trascender de la información a la formación, es decir, contextualizar la información.
- Una función **movilizadora**, que privilegia la capacidad de la comunicación para incitar a la acción.

Como ya lo mencionamos, se trata de funciones no excluyentes, ya que pueden darse los casos de logros educativos como producto de movilizaciones, o de hechos movilizadores como consecuencia de acceder a informaciones, etc.

En el entendido de que la acción comunicativa se mueve dentro de las capacidades mencionadas y para ello debe apoyarse en las tres funciones expuestas, su papel en los programas de desarrollo está íntimamente ligado a la concepción que se tenga de éste, y su rango de acción dependerá estrechamente de tal hecho.

Muy probablemente, programas de desarrollo que en sus planteamientos no definan funciones claras para los distintos actores, o restrinjan el papel de algunos de ellos a simples usuarios, solo requerirán de la función informativa de la comunicación; por el contrario, programas que involucren como parte de sus objetivos de desarrollo el logro de acciones participativas, requerirán de la función pedagógica y movilizadora de la comunicación.

En la medida en que los programas de desarrollo involucren a más “actores”, las comunicaciones deberán cumplir la función de garantizar que su “actuación” tenga opciones de darse en condiciones óptimas de calidad y oportunidad; cuando dentro de los objetivos de desarrollo se involucra el logro de más y mejores “actuaciones” y el concepto de “actor” se amplía a nuevos agentes sociales, la tarea de las comunicaciones pasa de ser casual a ser estructural del desarrollo.

Es aquí donde podemos situar, en toda su dimensión, la misión de las comunicaciones en los programas de desarrollo.

TENDENCIAS DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

A la luz de los principios que hemos expuesto, consideramos pertinente intentar una aproximación conceptual a las tendencias que hasta hoy han caracterizado el papel de la comunicación en los programas de desarrollo, con el fin de que puedan servir de insumos a la discusión sobre las estrategias de comunicación.

Pretendemos mostrar que más que un problema de tendencias lo que subyace en cada una de estas son distintas visiones del mundo, y que en el momento de tomar decisiones estratégicas deben estar claras para el comunicador las implicaciones que estas decisiones tienen en lo técnico y en lo teórico.

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO APROXIMACIÓN DESDE EL DESARROLLO MODERNO

MOMENTOS	CAPACIDADES	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none">• Posibilita la puesta en común de diversas visiones del mundo.• Pide razones y motivos para comprender lo expuesto, sin que implique la aceptación de verdad.• Busca síntesis a partir de consensos derivados de la experiencia.	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad para orientar la atención pública, la agenda de los temas predominantes.• Capacidad para generar efectos cognitivos y su distribución social.• Capacidad para incidir en determinada construcción social de la realidad.	<ul style="list-style-type: none">• INFORMATIVA• EDUCATIVA• MOVILIZADORA

Como hemos dicho, más que un simple problema de tendencias, en el fondo lo que está planteado en el papel que se asigne a la comunicación es la discusión entre distintivas visiones del mundo.

Arriesgándonos a una excesiva simplificación, podríamos afirmar que existe una tendencia cuya característica ha sido la de privilegiar el uso de medios de comunicación masiva, liderada por representantes de escuelas positivistas, quienes se han apoyado en los principios del conductismo para justificar el manejo de tales estrategias al servicio de proyectos de desarrollo; desde la perspectiva opuesta, la inclusión de procesos de comunicación directos y de doble vía como elementos de los proyectos de desarrollo, encuentra sus orígenes en escuelas inscritas dentro de un modelo crítico.

Si para los primeros el problema que hay que superar es el de diseñar procesos comunicativos con capacidad persuasiva, para los segundos el reto está en garantizar que la comunicación aporte al proceso de desarrollo elementos que promuevan y faciliten la comprensión.

Para la tendencia positivista, el proyecto de desarrollo como tal no está en discusión y, en tanto producto acabado, el papel de la comunicación es darlo a conocer ampliamente, apoyándose para esto, principalmente, en su capacidad tecnológica para vender una propuesta; para la corriente crítica, el desarrollo debe verse como un proceso en construcción, en el cual la comunicación tiene el papel de garantizar los espacios y las condiciones para que se “construya” una propuesta de desarrollo.

Desde otra perspectiva, mientras que para los positivistas el reto está centrado en garantizar que el emisor sea leído con “veracidad”, recordado y asimilado, para los críticos el reto consiste en lograr que distintos “actores” tengan oportunidad de actuar como emisores y receptores en un proceso que construye “nuevas verdades” producto del proceso mismo.

Como se puede ver, en las dos tendencias antes descritas, más que un problema de uso de medios, que es donde se ha centrado la discusión, lo que existen son diferencias en cuanto a las visiones del mundo que las inspiran y, como derivación de ellas, en cuanto al sentido de la comunicación.

Este debate es, sin duda, subsidiario de uno mayor, caracterizado por las relaciones entre ciencia, tecnología y cultura, y más específicamente, por los saberes provenientes de las ciencias empírico-analíticas y las llamadas ciencias sociales.

Desde el marco de las primeras (empírico-analíticas), el problema del desarrollo es abordado por métodos y principios “exactos” que se apoyan en indicadores empíricos, para construir un proyecto de desarrollo social dentro del cual la comunicación es abordada en tanto tecnología y se le atribuye un papel instrumental.

Desde las ciencias sociales, la construcción de un proyecto de desarrollo está íntimamente ligada al papel que en él juegan los “usuarios” del mismo, y solo existe en tanto dichos usuarios lo construyen y consolidan, las condiciones para su apropiación; en esta perspectiva, la comunicación cumple un papel estructural en la construcción del proyecto, y su labor, si bien debe dar respuesta a requerimientos tecnológicos e instrumentales, se centra inicialmente en favorecer las condiciones de comunicabilidad requeridas para la construcción social del desarrollo.

Reorientada la discusión al campo que a nuestro juicio le otorga sentido, podemos ahora sí entrar a esbozar los elementos conceptuales que deberán ser tenidos en cuenta para la toma de decisiones estratégicas en comunicación frente a programas de desarrollo, e invitar a que la lectura sea hecha a la luz de las capacidades que hemos reconocido a la comunicación:

- Su capacidad para orientar la atención pública, la agenda de los temas predominantes que reclaman dicha atención y su discusión pública posterior.
- Su capacidad para generar efectos cognitivos y para determinar efectos en la distribución social de los conocimientos, según los diversos sectores socioeconómicos, culturales y profesionales.
- Su capacidad para incidir en una determinada construcción social de la realidad, en una concepción del mundo que determina la forma de actuar.

La intención es que estos conceptos sirvan de base a la formulación de los objetivos y las estrategias de comunicación para la superación del problema de la droga, en el entendido de que nos estamos moviendo dentro de un programa de desarrollo, y que a la vez, los distintos comunicadores encuentren nuevos puntos de referencia desde los cuales tomar sus decisiones estratégicas a nivel regional y local.

¿Qué podemos esperar de los medios masivos?

Al referirnos a la comunicación por medios masivos, estamos contemplando, de una parte, la comunicación noticiosa en todas sus versiones, y de otra, la comunicación “publicitaria” derivada del concepto de publicidad comercial.

La comunicación noticiosa

Al aceptar la noticia como aspecto estratégico central de un proyecto de comunicación para el desarrollo, estamos reconociendo su papel protagónico en la formación de una determinada visión del mundo y en la distribución social del conocimiento, entre otras; pero también, estamos reconociendo la posibilidad de incidir sobre su función, en el entendido de que su impacto en la construcción social de la realidad no puede ser ignorado por el comunicador.

Una decisión estratégica en este campo deberá contemplar, al menos, tres posibilidades:

1. El proyecto (la propuesta de desarrollo), como fuente de noticia originada desde sus operadores.

Dentro de la circulación de la noticia, los ideólogos o proponentes pueden buscar constituirse en fuente de noticia articulando un discurso que, dentro de la “lógica predominante”, haga viable su recepción por los intermediarios (los periodistas), para garantizar su emisión a públicos amplios.

Las condiciones propias de esa “lógica predominante” obligarán, en la mayoría de los casos, a explotar del discurso, dentro de un espíritu de excepción, elementos informativos que, bien tratados, podrá introducir el tema en la agenda de la población. Adicionalmente, y de acuerdo con la función esperada, el manejo en determinados medios condicionará el acceso de la información a amplios sectores o a públicos limitados, de los llamados generadores de opinión. Dentro de esta tendencia de manejo noticioso, el proyecto de desarrollo como fuente de noticia lo será más en la medida en que se origine en una lógica política y no simplemente en una mirada técnica, lo cual implica que, como parte de la estrategia de producción noticiosa, se contemple claramente el papel del político (alto funcionario) como el emisor inicial.

2. La noticia originada en los periodistas. En principio, dado el carácter mismo de la noticia, los proyectos de desarrollo como un todo, difícilmente son leídos por los periodistas como noticia, lo cual impide que en forma natural sean buscados para tal fin. Sin embargo, y entendiendo aquí a los periodistas como un grupo objetivo prioritario para el proyecto, éste puede dirigirse a ellos buscando, como parte de sus objetivos de comunicación, el establecimiento de relaciones estables, de las cuales, además de noticia informativa, podrá esperar procesos de socialización y de discusión sobre temáticas relativas a su objetivo, que le permitan esperar efectos cognitivos y de distribución social en las poblaciones cubiertas por los medios que logre involucrar.

3. De alguna manera derivada de la segunda opción, una tercera se origina en el momento en que determinadas circunstancias objetivas sobre las cuales quiere actuar el proyecto o también sobre las cuales está actuando, son miradas como noticia, no solamente en sentido informativo estricto, sino inscritas en la intencionalidad de aportar evidencias a los distintos actores involucrados en el proceso de desarrollo; dentro de esta perspectiva, la noticia estaría cumpliendo un papel preponderante en la construcción social de la realidad, a la vez que lograría, por otras vías, mantener la atención pública sobre determinado tema de interés. El acceso de ciertos medios con capacidad de atender a públicos específicos, más allá de audiencias de élite, se constituirá en el ingrediente que le permita a esta modalidad noticiosa aportar a la distribución social del conocimiento.

Independientemente de la(s) modalidad(es) de manejo noticioso que se adopten, con la inclusión estratégica de la comunicación noticiosa se está reconociendo y buscando acceder a los medios masivos, lo cual, como se puede ver, no

solamente interesa a quien busque dar legitimidad a determinada propuesta, sino también sirve para explotar la reconocida capacidad de los medios de dirigir y, en determinados casos, cualificar una discusión, lo que propiciaría su inclusión en la agenda temática de distintos sectores de la población.

La comunicación publicitaria

Hay quienes consideran la acción de la comunicación masiva como suficiente y necesaria para producir cambios de conducta y quienes relativizan su autonomía al respecto.

A nuestro juicio y una vez más, lo que aquí se presenta es una discusión de otro orden, que en el fondo apunta a reconocer distintos papeles para los actores sociales.

En primer lugar, si bien las distintas tendencias del desarrollo reconocen al comportamiento humano un papel importante, unas reducen el problema a las conductas y ubican sus resultados en la capacidad de producir respuestas de los interlocutores a estímulos adecuados, mientras que otras, al abordar el problema del comportamiento, lo sitúan en el terreno de la comprensión, cuyo logro, más allá de la respuesta a un estímulo, depende de la apropiación y construcción de nuevos saberes originados en procesos críticos.

Frente al primer caso, la comunicación publicitaria como generadora de estímulos para conducir a determinadas conductas ha basado sus procedimientos en los principios publicitarios adoptados por la publicidad comercial, involucrando elementos como el mercadeo y trasladándolos al campo del desarrollo.

El valor que se dé a este tipo de propuesta deberá verse desde dos perspectivas.

Una de carácter ético-político, que se pregunta por la pertinencia de ser generadora de procesos sociales en donde expresamente se hace omisión del papel que en ellos juega la conciencia de los distintos sectores involucrados, casándose en la certeza de que se trata de un proyecto "verdadero" y que, por lo tanto, su "legitimidad" - requiere ser construida.

Y uno de carácter práctico-técnico, que se pregunta por la vía económica de sostener procesos sociales con &zje en una permanente acción estimuladora de las respuestas requeridas, y por la pertinencia técnico de considerar la verdad del proyecto, asociada a las propiedades ofrecidas en un producto, como un algo factible de ser "vendido" dentro de un mercado altamente competido.

Frente al segundo caso –el papel que la comunicación publicitaria podría entrar a

jugar en el logro de comportamientos sociales basados en la comprensión por parte de los actores-, la comunicación ha pasado por distintos estadios, buscando, básicamente, salida a los cuestionamientos hechos a la primera tendencia:

En un primer momento, y siempre procurando no desconocer la evidente influencia de la comunicación de masas en la construcción social, quiso hacer comunicación publicitaria, pero involucrando en los "productos" toda la complejidad propia de un discurso en construcción.

Desechando el saber proveniente de la comunicación comercial, por considerarlo viciado, solamente tomó aspectos formales de ésta, algo del lenguaje, los formatos, el manejo de los tiempos, etc., y proyectó un discurso crítico que pasaba por alto el hecho de que el elemento alrededor del cual gira la comunicación comercial consiste en construir sus propuestas sobre valores ya reconocidos socialmente, evitando involucrar sus productos en maniobras que obliguen al comprador a modificar sus valores

Lo anterior llevó a construir un discurso en el cual se hacía uso de la comunicación publicitaria sin replantear las implicaciones que, dentro de su lógica, tenía el hacer propuestas que a todas luces planteaban una nueva relación con el "consumidor" y eran mucho más exigentes, dada la necesidad de que éste reconociera y se apropiara de nuevos valores.

Por otra parte, y una vez más con origen en su complejidad, el discurso no pudo establecer una clara relación entre la comunicación y la realidad, que permitiera al comprador reconocer el producto (la propuesta) en su entorno, ya que, como hemos dicho, se trataba, en este caso, de un producto no acabado que invitaba al "comprador" o su construcción.

En otras palabras, a nuestro juicio, el manejo de la comunicación publicitaria al servicio del desarrollo se salió, en ese momento, de cierta lógica (posiblemente por sus raíces conductistas) y con esto rompió el hilo conductor establecido, de por sí frágil, entre el emisor y el receptor.

El análisis al que queremos invitar, inscritos en un segundo momento de la comunicación publicitaria, consiste en preguntarnos si, atendiendo al reconocido papel que la publicidad juega en la construcción social de la realidad, pero buscando aprender de la que hemos llamado lógica mínima que ésta tiene en el campo de lo comercial, podemos involucrarla como parte de una estrategia de comunicación para el desarrollo.

¿Cuáles serían las reglas de juego impuestas a esta propuesta?

- En primer lugar, su papel dentro de la estrategia no puede ser planteado independientemente de otras acciones de comunicación y, como es obvio, del proyecto de desarrollo dentro del cual se inscribe.
- En segundo lugar, se acepta su participación en la iniciación o consolidación de determinados comportamientos en los ámbitos individual y social, pero no su autonomía al respecto.
- En tercer lugar, se reconoce que, siguiendo su lógica de acción, manejaremos discursos "simples" dentro de la estrategia) sin que dentro del conjunto de la estrategia, ni el problema ni la propuesta pretendan totalizar una visión, sino iniciar un debate o convocar un lugar (físico o conceptual) en donde el proyecto se construyó.
- En aras de mover la atención hacia esos lugares (físicos o conceptuales), nos apoyaremos en mensajes dirigidos a afectar lo actitudinal o lo cognitivo (más informativo que educativo).

Al aceptar estas características, estamos reconociendo la necesidad de involucrar los medios masivos y, en particular, la comunicación publicitaria, pero ya no como simple divulgadora o explicadora de nuestra visión del mundo, de nuestro proyecto de desarrollo.

Se trata aquí de lograr que la comunicación masiva, al hacer parte de un proyecto de desarrollo que para construirse requiere la participación de los asociados, cumpla un papel de convocatoria, informador y sensibilizador, apoyada, para esto, en principios que permiten prever el logro de ciertas metas y propósitos, cuyo valor deberá ser medido dentro del conjunto de la estrategia de comunicación.

¿Qué Podemos Esperar de la Comunicación Presencial?

Al igual que en el caso de los medios masivos, cuando hacemos referencia a la comunicación presencial debemos contemplarla, necesariamente, como una opción complementario de la masiva y en ningún caso como una alternativa excluyente.

Miraremos aquí el fenómeno de la comunicación presencial sin pretender relacionarla con la comunicación de masas, y expondremos después el análisis de esta relación.

De manera especial, las acciones que involucran la comunicación presencial han adquirido relevancia a partir de la consolidación de procesos como la descentralización, que en Colombia han marcado, en forma clara, la posibilidad de estructurar proyectos de desarrollo más acordes con las concepciones de la modernidad.

Sin embargo, el planteamiento de conceptos estratégicos en este campo, además

de sustentarse en los desarrollos hasta hoy alcanzados en cuanto al fortalecimiento de las estructuras sociales participativas, deberá proponer nuevos espacios en especial en lo relacionado con las comunicaciones, las cuales, debido a la concepción claramente centralista y normativa mantenida hasta hoy, no han desarrollado mecanismos propios de participación que permitan verlas como un sector acorde con los presupuestos vigentes en materia de autonomía local.

Por lo anterior, al hablar de conceptos estratégicos en la comunicación presencial, haremos referencia, de una parte, al fortalecimiento de los espacios de participación social y, de otra, al desarrollo y fortalecimiento de espacios de autogestión de la comunicación.

El acercamiento que aquí haremos de la evolución vivida por la comunicación presencial en nuestro país hará referencia a desarrollos contemporáneos y en ningún caso pretenderá ser exhaustivo; simplemente, resaltaré aquellas características de la comunicación presencial que, al abordar una estrategia, van a permitir su manejo adecuado.

De manera especial queremos resaltar que en la estructuración social de los primeros pobladores de América Latina, lo que hoy llamamos comunicación presencial se constituyó en elemento estructural, en gran medida heredado por las comunidades agrarias contemporáneas; desde esa perspectiva, los desarrollos contemporáneos, al rescatarla como una opción de desarrollo, no han hecho más que reconocer una expresión cultural esencial de los pueblos.

Lo anterior, más allá de una simple mención aislada, pretende subrayar el papel que la reconstrucción de espacios de comunicación presencial (participación social) puede cumplir en un proceso de fortalecimiento social.

El Fortalecimiento de la Participación Social.

Las tendencias más fuertes en el campo de la comunicación presencial se originan al tiempo con las nuevas tendencias del desarrollo y, al igual que éstas, en un principio aparecen estrechamente vinculadas a lo local o, mejor, a lo micro.

De la mano de modelos alternativos de desarrollo que buscan ampliar la capacidad de interlocución de la sociedad civil frente al Estado, en algunos casos con el objeto de consolidar modelos de cogestión y en otros (los más) con el de abrirse un espacio como organizaciones autogestionarias, los modelos de comunicación presencial (en muchos casos llamada comunicación popular o i alternativa) fortalecen la posibilidad de desarrollo de las organizaciones, de cualificar su actuar y de crear habilidades y destrezas que les permiten un crecimiento cualitativo importante. Por las características de la misión que se le encomienda a la comunicación, su actuar se desarrolla, como ya dijimos, en el

ámbito de lo local, para lo cual se recurre al apoyo de medios de baja tecnología, por razones de tipo práctico y político.

Apoyados en un discurso de corte antropológico, los constructores de la comunicación presencial rescatan para la comunicación de comunidad, y .con base en una crítica a la univocidad de la comunicación masiva, buscan recuperar para la comunicación el papel de dar voz o los sin voz y construir con tal fin, no solamente espacios donde sea viable alcanzar condiciones de comunicabilidad, sino también condiciones de cualificación de los interlocutores.

En la práctica, esta modalidad de comunicación, evidentemente articulada a un modelo de desarrollo alternativo, encuentra, por razones obvias que no es del caso detallar, serias dificultades para articularse a las estructuras sociales vigentes, en el caso en que se alcanzan desarrollos sólidos en el campo de la organización productiva, la estructura económica del país no les permite una articulación estructural y las condena a una existencia marginal; en el caso de organizaciones de carácter político es aún más clara su condición de marginamiento, acompañada de una estigmatización propia de una estructura política signada por el bipartidismo, entre otras razones.

Este marginamiento caracteriza también el modelo de comunicación presencial, que, a pesar de estar sólidamente sustentado en su lógica interna, recibe críticas por su incapacidad de romper las barreras que caracterizan el modelo de desarrollo dentro del cual se inscribe.

Los logros alcanzados en el país, principalmente en los últimos cinco años, dan, sin embargo, un nuevo aire a la posibilidad de encontrar salida a la comunicación presencial; de hecho, las modificaciones aportadas a la estructura social por el proceso de descentralización política, administrativa y fiscal relegitiman y ponen en el foco de atención no solamente la pertinencia, sino la urgencia de recoger las enseñanzas aportadas por este modelo de comunicación.

La aguda crisis de legitimidad sufrida por el Estado lo obliga a ampliar los espacios de participación social, que, articulados a las nuevas características, como la autonomía administrativa, hacen pensar en la urgencia de crear condiciones para que tanto el Estado como la sociedad civil se apropien de dichos espacios; de esta manera, la lógica que atraviesa la comunicación presencial se convierte, ahora con más posibilidades de entronque al menos en las estructuras locales de poder, en un camino claro para el desarrollo social que las nuevas estructuras requieren. A nuestro juicio, la comunicación presencial tiene ahora la posibilidad de desarrollar sus principios y aplicarlos a los múltiples espacios abiertos a la participación, lo cual le posibilita trascender un discurso en el que, dado su marginamiento, rápidamente se agotaban las posibilidades de crecimiento y de

entronque con proyectos mayores de desarrollo.

De una parte, vemos claramente la posibilidad de que procesos de comunicación presencial posibiliten un adecuado uso de los múltiples espacios abiertos o consolidados en la nueva Constitución y que apuntan claramente a reconstruir las relaciones entre el Estado y la sociedad civil, bien sea por su carácter cogestionario o por su reconocimiento del ciudadano como base soberana del entramado social.

Pero además, también deberá apoyar el adecuado uso de espacios sectoriales (salud, educación, obras públicas, administración municipal, etc.), los cuales, en la mayoría de los casos, o no han sido usados o no están siendo utilizados plenamente.

De otra parte, la comunicación presencial deberá tener plena aplicación en la creación, fortalecimiento y proyección de organizaciones de base de carácter productivo, deportivo o cultural que, como estructuras primarias, deben convertirse en interlocutoras del Estado a través de los espacios de participación y en alternativas de desarrollo local como organizaciones autogestionarias.

Desde una perspectiva estratégica, más que un problema de medios, la comunicación presencial se enfrenta al imperativo de llenar o crear los espacios en donde tenga sentido el término comunicación como creador de comunidad, alrededor de estos espacios puede adquirir sentido la necesidad de que la comunicación desarrolle estrategias que busquen calificar la participación, para lo cual deberá propender, al menos, al logro de los siguientes objetivos:

- Promover un alto grado de representatividad de los representantes en los espacios de participación y sus representados.
- Garantizar permanente información sobre las decisiones tomados en los espacios de participación.
- Desarrollar mecanismos de comunicación permanente entre el Estado y las comunidades.
- Diseñar mecanismos de control e información pública sobre las ejecutorias del Estado.
- Llevar a cabo procesos de capacitación para cualificar la participación.
- Promover la democratización de las organizaciones de base.
- Informar y capacitar libre las bases legales para el ejercicio de lo participación.

La Autogestión en Comunicación

Finalmente, cabe decir que dentro de las orientaciones conceptuales que deben guiar las estrategias, debe aparecer claramente manifestado el desarrollo de

espacios de acción autogestionaria en comunicación.

Reconocemos que en este campo, uno de las principales limitantes del desarrollo autogestionario radica en la precaria normatividad que hay al respecto. De manera especial, las comunicaciones han estado monopolizadas por el Estado, lo que ha generado un pobre desarrollo de la iniciativa privada, en especial, de la iniciativa regional.

Al incluir este aspecto en lo referente a la comunicación presencial, hemos querido resaltar que el desarrollo de proyectos locales de comunicación tiene interés, en la medida en que amplía la posibilidad de expresión de la sociedad en el nivel local, dando especial prioridad a proyectos de carácter colectivo, que por sus características pueden llegar a cumplir un papel formador y promotor de relaciones sociales amplias en el seno de la sociedad civil y entre ésta y el Estado en su dimensión municipal y, por qué no, en la veredal y barrial.

Pero, a la vez, queremos destacar el papel potencial que empresas locales de comunicación pueden tener como nueva opción de desarrollo en los campos económico y cultural, lo que abriría una posibilidad adicional a la iniciativa privada, sin olvidar la opción de articular a iniciativas de este tipo a grupos étnicos específicos de interés para el desarrollo, como los grupos juveniles.

Sin embargo, incluir en las decisiones estratégicas esta posibilidad requiere, como se advirtió antes, un desarreglo normativo que deberá ser contemplado en una de las estrategias de comunicación que se planteen posteriormente.

Entre lo Masivo y lo Presencial

Un análisis cuidadoso de las opciones que nos presentan las dos alternativas expuestas, permite pensar que una estrategia de comunicación para el desarrollo debe contemplar el uso adecuado y pertinente de las dos tendencias, buscando ante todo asignar a cada una, meras razonables a sus capacidades.

El factor determinante de las dos tendencias lo constituye el modelo de desarrollo dentro del cual se enmarquen, ya que no son opciones que intrínsecamente den garantías de éxito.

Queda claro, pues, que no se trata de buscar cuál de las modalidades planteadas tiene una respuesta, sino ver de qué manera cada una, desde su especificidad, puede aportar a la construcción de los insumos que, adecuadamente complementados, enriquecerán las condiciones que permitan construir un proyecto de sociedad.

En principio, parecería cenital subrayar el papel que, en cualquier modalidad,

desempeño la capacidad de crear multiplicadores, ya no en el sentido tradicional, en el que son simplemente reproductores de una propuesta, sino como reproductores de las condiciones mínimas que permitieron socializar el proceso.

Estos reproductores, desde la visión de los medios masivos, se podrían localizar, en lo conceptual, en los asociados (recurso humano) que el proyecto consiga, para debatir y poner en la agenda de la población una propuesta con miras a su apropiación, y, desde lo tecnológico, en la posibilidad que el proyecto tenga de extender e; espectro de sus asociados (recurso tecnológico; nació las dimensiones locales con clara ampliación de acceso multisocial, multisectorial y multiétnico de esa multiplicación.

Desde la comunicación presencial, el proyecto deberá buscar el crecimiento, en calidad y cantidad, de una parte de los reproductores individuales (líderes), cuyo entronque con las estructuras locales de poder permita prever una buena capacidad para plantear el debate que el proyecto propone; de otra parte, de los reproductores colectivos, cuyo valor como tales estará dado por su estructura democrática y participativa. Su dinámica no solamente le garantiza socialización al debate sino, de manera especial, su calificación y apropiación.

MÓDULO 4: Fundamentación conceptual para el diseño de estrategias de comunicación

Material de estudio:

1. DCP –Diagnóstico de Comunicación Participativa
 2. Organización de la estrategia de comunicación.
 3. Definición de la estrategia de comunicación.
- Damos clic para seguir el vínculo e interpretar y analizar la lectura siguiente:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001595/159531s.pdf>

MÓDULO 5: Experiencias de Estrategias de Comunicación

Material de estudio:

1. Modelos adoptados en Colombia para la superación del problema de la Droga
 2. La Comunicación, el desarrollo, el comportamiento y la salud
- La lectura siguiente es para analizar e interpretar el contenido.

Lectura1: MODELOS ADOPTADOS EN COLOMBIA PARA LA SUPERACIÓN DEL PROBLEMA DE LA DROGA

Expuestos los principios básicos de la comunicación para el desarrollo, procuraremos ahora presentar una visión sintética de los dos modelos en los que se han apoyado las políticas nacionales para la superación del problema de la droga.

Posteriormente, basándonos en el documento “Fundamentos ideológicos y teóricos para la formulación de un Plan Nacional para la Superación del problema de la Droga” (oficialmente aprobado por el Consejo Nacional de Estupefaciente), presentaremos los aspectos esenciales de un tercer modelo, que hemos llamado el Modelo de Desarrollo Dirigido.

Para la descripción de los dos modelos iniciales nos apoyaremos en la estructura utilizada en el libro “El narcotráfico en Colombia”.

De cada uno solamente resaltaremos los aspectos centrales para efectos de contrastación con el “modelo” vigente, con el fin de retomarlos en el capítulo siguiente, en el cual mostraremos el desarrollo de las comunicaciones frente a los dos modelos hasta ahora aplicados.

**SUPERACIÓN DEL PROBLEMA DE LA DROGA
MODELO MÉDICO-JURÍDICO**

ARGUMENTO CENTRAL	CAUSA ATRIBUIDA	ESTRATEGIA
MÉDICO Existen drogas distintas de otras por generar más dependencia peligrosa y nocividad.	AL CONSUMIDOR Una vez consume esas drogas queda “enganchado” y no puede salir. Cada vez usa drogas más “duras”. Teorías de la “escalada”.	Prevención del consumo. Tratamiento del consumidor como “enfermo”.
JURÍDICO El uso y tráfico de esas drogas afecta la salud pública, por lo tanto se prohíben.	AL COMERCIANTE Interés de obtener enriquecimiento fácil que lo lleva a inducir a jóvenes y niños.	Aplicación del sistema penal vigente contra el comerciante, en forma creciente, según el crecimiento del problema.

El modelo médico-jurídico

Sus planteamientos se basa en el debate médico acerca de la nocividad de ciertas sustancias y hace especial énfasis en tres elementos: la dependencia, la nocividad de las sustancias psico-activas y la peligrosidad de éstas.

Con base en los tres elementos, el modelo plantea la diferencia entre estas sustancias con respecto a otras drogas, lo cual se consolida en una clasificación de las drogas adoptada por la Organización Mundial de la Salud.

Con base en los anteriores planteamientos, el modelo extiende el concepto de nocividad de las mencionadas drogas al entorno familiar del sujeto consumidor, a la sociedad y al conglomerado humano y llega a definir el problema de la drogadicción como una enfermedad de dimensiones preocupantes, casi epidémicas.

Estas consideraciones, cuyo desarrollo se consolida fundamentalmente en la década de los 60, sirven de base para justificar el deber del Estado de intervenir en defensa de la sociedad, en demanda no de la protección de la salud de un individuo, sino de la protección de la salud pública y de la humanidad.

En estos elementos se fundamentan los gobiernos para prohibir las drogas, a partir de lo cual el sistema penal se convierte en el mecanismo idóneo para erradicar el problema del narcotráfico.

De esta forma, se consolida un modelo de tratamiento del problema que tiene dos dimensiones: la primera, puramente médica, de prevención del consumo, destinada al “enfermo” consumidor. La segunda, dirigida al comerciante “delincuente”.

Los anteriores elementos permiten dibujar el eje conceptual que llega a dar forma al modelo médico-jurídico; sin embargo, el incremento de la dimensión del problema lleva, hacia finales de la década de los 70, a desplazar el discurso inicial, en un primer momento acentuando la tendencia a enfocarlo como un problema de la humanidad hasta delinear lo que se constituye en un nuevo modelo.

Las causas del problema, identificadas por los defensores de este modelo, se sitúan, **a nivel del consumidor**, en la dependencia generada por el consumo de esas sustancias, con el supuesto de que una vez inmerso en el mundo de las drogas, el sujeto es enganchado y difícilmente puede escapar de él. **A nivel del comerciante**, la causa principal es explicada por su interés de obtener un enriquecimiento fácil, lo cual lo lleva a inducir al consumo, principalmente a jóvenes y niños, y ampliar a sí su mercado.

SUPERACIÓN DEL PROBLEMA DE LA DROGA MODELO ECONÓMICO-POLÍTICO

ARGUMENTO CENTRAL	CAUSA ATRIBUIDA	ESTRATEGIA
El impacto del poder económico político y militar a nivel internacional generado por narcotráfico, desplaza el problema de la salud pública y exige una intervención de tipo militar.	Las organizaciones del narcotráfico, aliadas a la guerrilla y al terrorismo desestabilizan las democracias, desprestigian la moral y deterioran la salud del pueblo norteamericano como parte de la estrategia comunista.	Guerra al narcotráfico liderada por expertos militares. Desplazamiento de la financiación para aspectos militares, con el esfuerzo dirigido hacia la erradicación de la producción de la droga.

El modelo económico-político

Los argumentos esgrimidos por el modelo médico-jurídico y las estrategias de intervención derivadas de dicho modelo se ven desplazadas, durante la década de los 80, por la irrupción de un nuevo discurso que sitúa el problema en el plano geopolítico.

Este desplazamiento del discurso se evidencia en la introducción de conceptos como los de los carteles, la narcoguerrilla y el narcoterrorismo, sustentados en el inmenso poderío económico, político y militar alcanzado por el narcotráfico.

Es así como se llega a señalar que “los aspectos de la salud pública no son tan graves aun cuando la morbilidad y la mortalidad aumentan por la cocaína. Es el impacto desorganizador de los miles de millones de coca-dólares en las naciones productoras y consumidoras, el que produce un nivel de corrupción, violencia y desmoralización que nos daña a todos.

Este desplazamiento produce un cambio sustancial en el discurso, como se puede ver en el siguiente párrafo: “En este sentido, el acento en la temática de la salud pública pierde poder frente al énfasis en la temática de la seguridad nacional. La protección de la democracia pierde su carácter bilateral (país productor-país consumidor) y adquiere la dimensión de la internacionalización del problema. La voz experta del médico o del jurista, que anuncia los logros y los caminos para controlar el problema, es sustituida por la voz de los expertos antiterroristas y de los mandos militares y policiales dando sus partes de guerra. La ayuda para programas médicos o desarrollos jurídicos es canalizar a en algunos casos para la colaboración militar y eminentemente bélica. En última instancia, el discurso del

control social cede al del control militar; el papel del Estado en la regulación de los comportamientos sociales, al triunfo del estamento militar en la guerra”.

Sin embargo, esta internacionalización del discurso no genera un desplazamiento real en cuanto a la responsabilidad que se atribuye a los países productores sobre los consumidores. Se mantiene incólume el principio de que la acción deberá dirigirse a los países periféricos, con el argumento de que la eliminación de la producción de las drogas ilegales es la forma más efectiva de reducir la oferta doméstica de esas sustancias.

Las causas del problema, identificadas por los defensores de este modelo ya no se localizan a nivel del consumidor y del traficante, sino que se centran en las organizaciones del narcotráfico, y si bien se acepta que el origen sigue siendo la preservación de su exorbitante rentabilidad económica, la causalidad, al haber integrado la dimensión geopolítica, se sitúa en los intereses comunes entre narcotraficantes y guerrilleros o terroristas, entre ellos el tráfico de armas y el deseo de desprestigio moral y el deterioro de la salud del pueblo estadounidense como parte de la estrategia comunista.

Luego de la descripción sintética de los elementos centrales que caracterizan los dos modelos que se han comportado como paradigmas para enfrentar el problema de las drogas en nuestro país (y a nivel internacional), intentaremos presentar el “nuevo modelo”, que, como ya se mencionó, por las implicaciones que en particular tiene para la acción comunicativa, será considerado como un nuevo paradigma.

El modelo del desarrollo dirigido

Al igual que los dos modelos citados, el modelo del desarrollo dirigido irrumpe con el establecimiento de un “nuevo discurso” que deriva sus bases de las implicaciones que los anteriores tuvieron en la vida nacional y cuyo impacto es hoy objeto de amplios análisis.

En primer lugar, y por considerarlo un elemento sustancial en la estructuración del nuevo discurso, es necesario resaltar que este modelo centra su objeto de trabajo en el “problema de la droga”, con lo que busca superar las aproximaciones parciales que enfocaban el discurso en el consumo o en el narcotráfico. Al hablar del “problema de la droga” como objeto del modelo se pretende significar que nos acercaremos a él desde sus distintas manifestaciones, como la producción, el consumo y el tráfico, para tener así una visión totalizante.

En segundo lugar, el nuevo discurso se sustenta en un diagnóstico multicasual del problema de la droga, que busca superar las explicaciones simplistas, que, como se vio en los anteriores modelos, atribuían a una visión parcial del problema

causas parciales que difícilmente ayudaban a una comprensión del fenómeno y, por lo tanto, a una intervención sobre sus orígenes reales. Desde esta perspectiva, el modelo define seis factores, localizados en las estructuras económica, política, educativa, de salud, jurisdiccional y geopolítica, y determina para cada uno las características específicas que lo constituyen en condicionante del problema de la droga en nuestro país.

Lo anterior permite al modelo concluir que el “problema de la droga” consiste en *“la severa desestabilización que Colombia sufrió en el camino histórico de su desarrollo por causa del sorpresivo impacto que la incontenible demanda de drogas ilícitas de las naciones opulentas ha impuesto sobre el conjunto de sus estructuras económicas, políticas y sociales; estructuras de suyo precarias y débiles que propiciaron el asentamiento de los ya experimentados mercaderes internacionales de la droga en vastos y desprotegidos sectores de nuestra geografía. Ante este impacto, el negocio de la droga vino a convertirse -sin que nadie lo hubiera advertido oportunamente- en una especie de válvula de escape por donde han venido explotando destructivamente las distintas presiones sociales acumuladas durante la contradictoria fase de modernización (urbanización acelerada, industrialización sustitucionalista y articulación desigual en el mercado mundial) que sobrevino inmediatamente después de la guerra civil no declarada de los años 50”*.

La conclusión que el nuevo modelo saca, una vez introducidos estos elementos en el discurso, es la de que un plan para la superación del problema de la droga deberá enfocar sus esfuerzos en modificar aquellos factores condicionantes cuya precariedad y debilidad facilitaron la consolidación de todas las manifestaciones de este problema en nuestra sociedad.

Desde esta perspectiva se puede entender claramente por qué razón lo hemos llamado Modelo de Desarrollo Dirigido, ya que busca afectar, dentro de un proyecto de desarrollo socioeconómico, aquellos aspectos de las seis estructuras mencionadas que han sido diagnosticados como causas del problema.

La política nacional frente al problema de la droga pasa así de ser una política reactiva ante determinadas **consecuencias** a ser un proyecto de desarrollo dirigido que busca afectar, en las zonas geográficas y poblaciones de mayor riesgo, las **causas estructurales** que origina el problema.

Hemos procurado presentar los ejes constitutivos de los diversos modelos eliminando nuestros juicios de valor y reduciendo al máximo los de los autores consultados, por considerar que este ejercicio valorativo tendrá su espacio en el análisis del papel que las comunicaciones han desempeñado en relación con los distintos modelos, análisis del que se desprenderá la propuesta conceptual para las comunicaciones dentro del nuevo modelo.

Lectura2: LA COMUNICACIÓN, EL DESARROLLO, EL COMPORTAMIENTO Y LA SALUD: PRECISIONES CONCEPTUALES Y METODOLÓGICAS

La comunicación:

Se intentará aquí definir qué se entiende por comunicación para poder mostrar, posteriormente, la manera cómo ésta actúa en los proyectos de desarrollo. ¿De qué es capaz la comunicación de acuerdo con este planteamiento? La comunicación es capaz de llevar el interés público hacia ciertos temas y de promover la introducción de dichos temas en la agenda de la ciudadanía. Hoy se tiene claro que más que modificar la manera de pensar de la gente, la comunicación tiene una gran capacidad de orientar la agenda pública hacia temas que, en determinado momento, pueden considerarse predominantes. En un concepto amplio de la comunicación, es claro que ésta tiene la capacidad de generar efectos cognitivos y de distribuirlos socialmente. La comunicación puede favorecer el intercambio de saberes que, alimentados por flujos adecuados de información, ayudan a comprender la realidad y a construir nuevos saberes. Finalmente, se reconoce a la comunicación la capacidad de consolidar visiones del mundo, que más allá de la organización para el saber, posibilitan la organización para el hacer de una manera distinta, "reconstruida". En otras palabras, la comunicación es capaz de mover a la acción.

El reconocimiento de estas capacidades para la comunicación lleva a plantearle tres tareas o funciones que deberá cumplir y que, como se verá más adelante, son fundamentales en los procesos de desarrollo:

- Una función informativa, o sea, aquella que privilegia la capacidad de la comunicación para distribuir datos, útiles para el logro de determinados objetivos.
 - Una función educativa, con la que se privilegia la capacidad pedagógica de la comunicación, bien sea como mediadora para el intercambio simbólico, como aportadora de insumos útiles para la construcción de nuevo saberes o como portadora de elementos culturales que permitan a los interlocutores trascender de la información a la formación (contextualizar la información).
 - Una función movilizadora que aprovecha la capacidad que tiene la comunicación para incitar a la acción en diversas áreas y campos (la participación social y comunitaria, la gestión de recursos, la vigilancia y el control de servicios, la vinculación a los sistemas de salud y el autocuidado, entre otros).
- El reconocimiento de estas funciones supera dos presupuestos que aún hoy manejan algunos comunicadores y educadores: que la información reduce el papel de la comunicación y es vertical y no participativa por principio y que lo educativo sólo se da dentro de parámetros de interacción presencial y de proceso, externos

a lo meramente comunicativo. *Por lo demás, la inclusión de una función movilizadora para la comunicación acepta y obliga a reconocer en el fenómeno comunicativo una característica eminentemente participativa, ya no como algo externo sino inherente al fenómeno comunicativo. Con el reconocimiento de esta función para la comunicación, el adjetivo "participativo" deja de serlo y se constituye en una condición de la comunicación en donde lo "activo" del sujeto ya no es una propiedad opcional sino un requerimiento para el emisor y, en consecuencia, un indicador del logro comunicativo.* En esta perspectiva es importante reconocer que todo sujeto social posee una cultura y que solo en la medida en que esa marca cultural sea la condición desde la cual se parta para establecer comunicación, esta podrá ser exitosa. El denominado diálogo de saberes es entonces una característica que debe guiar la acción comunicativa si se quiere que esta tenga a su vez impacto sobre la cultura. Una caracterización de la comunicación como ésta, debería llevar a replantear categorías como las de IEC (¡información-educación- comunicación) debido a que en ella se está separando lo informativo y lo educativo de lo comunicativo, reduciendo la comunicación a terrenos bastante estrechos. Estas precisiones, que a primera vista pueden parecer meramente académicas, tienen unas implicaciones prácticas de gran trascendencia en la medida en que "amarran" lo comunicativo a lo participativo y, en consecuencia, las funciones informativa, educativa y movilizadora reconocidas a la comunicación quedan cubiertas por el mismo imperativo.

La comunicación y el desarrollo

Más que definir el desarrollo, lo que no es pertinente para el objeto del presente trabajo, es pertinente mostrar la relación existente entre comunicación y desarrollo. Una política de comunicación debe tener la capacidad de dar respuesta y de moverse dentro de diversos modelos de desarrollo, y no es a la comunicación a la que le corresponde definirlos. En consecuencia, solamente se hará una precisión importante de incluir: en la medida en que el concepto de desarrollo sea expresado como un discurso ilustrado, portador de "una" verdad, el papel de la comunicación se verá restringido a "divulgar" esa verdad y, en el mejor de los casos, a optimizar su capacidad de emisión y maximizar su cobertura. Por el contrario, si el modelo de desarrollo reconoce la necesidad de ser construido a partir de acuerdos y, para ello, busca la participación y la comprensión de diversos actores, el papel de la comunicación se amplía, desplegando su capacidad de abrir espacios de entendimiento, de aportar elementos a la discusión y de buscar síntesis a partir de consensos.

Para efectos concretos, esta relación de la comunicación con el desarrollo obliga al comunicador a traducir los objetivos de desarrollo en objetivos de comportamiento. De esta manera, el lenguaje del desarrollo queda formulado en objetivos que pueden ser abordados por la comunicación y que la comprometen

con hechos esenciales dentro del enfoque de desarrollo y no simplemente con tareas "cosméticas" frente al mismo. Así las cosas, una intervención comunicativa no se puede reducir, por ejemplo, a informar sobre los indicadores que caracterizan a un buen maestro (siendo la existencia de buenos maestros requisito básico para el mejoramiento de la calidad de la educación), si no que debe comprometerse con que ese hecho se traduzca en la demanda efectiva de mejores maestros y, en consecuencia, en el incremento de la calidad de la educación. No obstante, para que el comunicador pueda formular de manera razonable objetivos en términos de comportamientos individuales o colectivos, tiene que conocer, de una parte, las variables que están determinando esos comportamientos y que pueden ser afectadas por la comunicación y, de otra, aquellas que no pueden ser afectadas directamente por la comunicación pero que deben ser evaluadas.

En primer lugar es conveniente mirar variables que no pueden ser afectadas; directamente por la comunicación pero que deben ser tenidas en cuenta. Se trata ni más ni menos que del sustrato de realidad sobre el cual la comunicación debe actuar y que, en este caso, se llama proyectos de desarrollo. La política de desarrollo dentro de la cual se inscriben los proyectos, el marco jurídico y la realidad operativa que caracterizan estos proyectos determinan la viabilidad y pertinencia de las acciones comunicativas. A manera de ejemplo, se puede recordar cómo la incapacidad de entender esto llevó durante años al sector salud; a promover procesos de planeación participativa y a convocar mecanismos de participación que habían sido propuestos en Alma Ata dentro del contexto de una sociedad totalmente diferente a la colombiana, en la que cogestionar con el Estado era apenas elemental. La inconsistencia entre estos esfuerzos comunicativos y las características del enfoque de desarrollo no sólo llevaron a que la comunicación no afectara la realidad sino que, además, generaron escepticismo frente a sus capacidades.

Otro ejemplo: durante muchos años (tal vez en algunos casos hoy todavía se insiste en ello) el sector salud desplegó ingentes esfuerzos comunicativos para que la población entendiera la importancia de demandar servicios, inicialmente, en los organismos de salud de primer nivel. Obviamente, la comunicación fracasó porque las condiciones objetivas de unos horarios inadecuados y una capacidad de oferta deficiente superaban las posibilidades de la comunicación. Este ejemplo permite destacar un aspecto no planteado: las variables aquí llamadas externas a la comunicación pueden llegar a ser afectadas por la actividad del comunicador en la medida en que su conocimiento de la argumentación del sujeto (de la gente) evidencie fallas en los objetivos de desarrollo. En la medida en que el comunicador pueda, desde la lógica del sujeto, evidenciar inconsistencias en el proyecto de desarrollo, la comunicación estará afectando el proyecto mismo y de paso transmitiéndole el carácter participativo que le hemos atribuido a la

comunicación. En este sentido, la comunicación, más y antes que hablar, que emitir, exige oír, investigar, comprender al otro, obviamente desde una posición, desde un sentido y no desde una posición neutra.

El comunicador para el desarrollo es inevitablemente un agente político en tanto promotor de una propuesta de desarrollo, que se enfrenta ante iguales en cuanto autónomos y deliberantes y que, desde una posición ética, utiliza todas las herramientas a su alcance para hacer sentido. Para tener éxito, antes que nada conoce y busca comprender la argumentación de los demás... ¿Pero de qué está compuesta esa argumentación? ¿Qué elementos participan en la conformación de esa manera de ver el mundo que lleva a los ciudadanos a comportarse de determinada manera? En otras palabras, ¿cuáles son esas variables que determinan el comportamiento y que pueden ser afectadas con las herramientas de la comunicación? Estas preguntas dan paso para plantear el siguiente apartado.

La comunicación y el comportamiento humano

El ambiente social tiene una gran incidencia en el comportamiento humano. Tal como lo plantea Albert Bandura, las personas aprenden no solamente por medio de su propia experiencia, sino también observando las acciones de otros y los resultados de dichas acciones. Así mismo, en la teoría del aprendizaje de Bandura, se plantea que los seres humanos aprenden a partir de la presión social y de la identificación de pares. En consecuencia, al acudir a la comunicación hay que ser capaces de lograr que los interlocutores, considerados como individuos o como grupo social en virtud de las capacidades de la comunicación, no sólo enriquezcan su propia experiencia (en el terreno teórico o práctico), sino que accedan a otras experiencias que puedan afectar su comportamiento actual.

Es importante ahora encontrar algunos elementos que permitan conocer qué es lo que determina ese comportamiento para poder abordarlo de una manera práctica. En particular, existe el reto de superar las aproximaciones meramente racionales que en forma casi repetitiva reducen la acción comunicativa a "traducir" el lenguaje técnico para hacerlo más accesible. De la manera como se aborde el comportamiento, depende que se pueda superar el extensionismo. Se propone, entonces, una aproximación al tema del comportamiento humano, cuya riqueza radica en que ofrece a la comunicación una buena plataforma teórica y práctica para actuar.

La investigación social utiliza desde hace años una técnica de investigación que aplicada mediante encuestas o grupos focales se ha llamado la investigación CAP o de Conocimientos, Actitudes y Prácticas. Se trata precisamente de una técnica de investigación del comportamiento que parte de tres categorías de gran utilidad para la acción comunicativa. Estas categorías parten, a su vez, del principio de

que el comportamiento humano es complejo y en su configuración final intervienen de manera no lineal, al menos tres aspectos que deben ser comprendidos en forma individual y en sus intersecciones si al pretender afectar determinado comportamiento se quiere tener éxito y actuar de una manera sistemática.

El primero, conocimientos, estaría determinado por un cúmulo de informaciones y de explicaciones o argumentos que han sido organizados y apropiados de manera racional por el individuo o la colectividad y que dentro de su lógica explican y justifican determinado comportamiento. Ejemplos de esto son argumentaciones como las siguientes:

Conozco lo que explica la ciencia sobre el efecto que en el organismo tienen los componentes del cigarrillo. Conozco y acepto los datos estadísticos que me muestran el detrimento que su consumo ocasiona en la calidad y cantidad de la vida de las personas.

El segundo, actitudes, hace referencia a las creencias y emociones de origen cultural, mágico o religioso que determinan ciertos comportamientos y que conviviendo muchas veces con la argumentación racional, la ignoran o la bloquean. Como ejemplo del componente actitudinal, podríamos mirar la siguiente aseveración:

Fume o no fume de algo me tengo que morir... La vida es para gozarla y no tengo que aceptar todo lo que me dicen si eso afecta mi felicidad. Por lo tanto, no tengo por qué dejar de fumar.

El tercero, la práctica, constituye la expresión final que arroja la conjunción de todas las variables. En muchas ocasiones dicha expresión, por razones externas al raciocinio y a la emoción, llega a ignorarlas y a contradecirlas:

En el caso del hábito de fumar la práctica es fumar. Sin embargo, en otros casos, como por ejemplo evitar que los niños lleven a cabo acciones como cocinar, peligrosas para ellos, la práctica se ve bloqueada en contra de lo racional y lo actitudinal, ya que circunstancias específicas, como la necesidad, lo impiden.

Como ya se indicó, en ningún caso se trata de aspectos lineales que sumados arrojen resultados matemáticos. Volviendo al ejemplo del tabaquismo, es seguro que aunque hoy se reconoce que la argumentación racional no es suficiente, también se sabe, de alguna manera, que sí es necesario que ésta haya precedido a intentos como la descalificación social del cigarrillo, pues ellos por sí solos no estarían dando resultados. Para efectos de estrategias de comunicación, lo más importante es ser capaces de comprender cada uno de estos componentes del comportamiento y así poder formular actividades simultáneas y en el tiempo que

razonablemente puedan llegar al resultado esperado.

Cada sector del desarrollo, de acuerdo con sus características y dentro de un determinado enfoque, precisa unos objetivos específicos. Para que éstos puedan ser abordados desde la comunicación, deberán ser formulados en términos de comportamiento. Esta es la materia prima de la cual parte el comunicador. Si una vez desagregados los objetivos de comportamiento en las variables cognitivas, actitudinales y prácticas, es decir, si una vez consultados los potenciales sujetos se encuentra un camino factible para que la comunicación tenga éxito, se puede entrar a formular una estrategia con objetivos de comunicación. De lo contrario, el comunicador negocia la reformulación de los objetivos de comportamiento, propone y negocia la reformulación de los objetivos de desarrollo o de sus instrumentos o, finalmente, recomienda no hacer comunicación. Esta última opción podrá obedecer a razones técnicas o éticas.

La comunicación y la salud

¿Pero qué tiene que ver toda esta argumentación con el tema de la salud? Si se aceptan para la comunicación las funciones informativa, educativa y movilizadora y su carácter eminentemente participativo, si se reconoce el papel que la comunicación ha jugado en los procesos de desarrollo y si, finalmente, se comprende la manera cómo la comunicación puede afectar el comportamiento humano, se tienen los elementos para definir con claridad el papel que debe jugar la comunicación frente al fenómeno de la salud.

Inscribiéndonos en un enfoque integral que reconoce como elemento fundamental del fenómeno salud la interdependencia de la dimensión ecológica, biológica, psicológica y social y entendiendo que los procesos de salud, enfermedad y muerte se insertan en el proceso vital humano, el cual es dinámico y cambiante, retomamos como modelo explicativo del fenómeno salud, el paradigma de Henrick Blum, el cual aún hoy sigue siendo considerado válido, por cuanto, de un lado se constituye en fundamento esencial de elaboraciones posteriores en torno al fenómeno salud y, de otro, considera la variable proceso (en contraposición a estado) lo cual, a su vez, le permite moverse operativamente dentro del concepto de promoción de la salud. Sin superar el paradigma debido a su capacidad explicativa y, en particular, a que soporta de manera extraordinaria el enfoque de promoción de la salud, los desarrollos contemporáneos se han concentrado en formular teorías que permitan afectar los llamados estilos de vida, aspecto que, sin duda, se ubica dentro de la variable comportamiento del modelo de Blum y la influencia que tiene sobre las otras variables. Según Blum, el fenómeno de la salud está determinado por cuatro variables fundamentales que son la genética o biológica, los servicios de salud, el medio ambiente y el comportamiento. El peso de cada variable en el resultado final es diferente. Según este modelo, la variable que menos peso tiene es el sustrato genético de cada individuo. En orden de

menor a mayor le siguen en importancia los servicios de salud, el medio ambiente y, con una gran importancia sobre el resultado final, el comportamiento humano.

Sobre el variable comportamiento, el autor hace unas precisiones que para efectos del presente texto son de gran importancia. Señala, por ejemplo, que se trata de la variable que más puede determinar el peso de las otras tres. Al respecto, muestra cómo incide inclusive en la variable genética que es la menos modificable y pone como ejemplo la capacidad que tiene un individuo de reducir el riesgo de hipertensión mediante el cambio de hábitos alimentarios en razas que, como la negra, están genéticamente más expuestas a sufrirla. De igual manera, muestra cómo los más avanzados servicios de salud pueden tener nula o muy baja incidencia en el resultado final si la manera como los ciudadanos y ciudadanas los utilizan no es adecuada. Por último, recuerda que factores originados en el medio ambiente, como algunas plagas, sólo pueden ser controlados de manera efectiva mediante hábitos y prácticas de los pobladores. Dentro de los enfoques de salud, el modelo de Blum, a pesar de no ser el de origen más reciente, tiene hoy en día una gran vigencia en virtud del papel que le otorga a la variable comportamiento y en tanto da sustento conceptual y práctico a la prioridad que los sistemas dan actualmente a la promoción de la salud y a la prevención de la enfermedad. Ante todo, este enfoque busca la preservación y mejora de un bien individual y colectivo llamado salud, por encima de otros que se centran en la enfermedad y su recuperación.

Como ya se habrá percibido, para efectos del papel que puede jugar la comunicación, el de Blum es un enfoque que privilegia su capacidad e invita a formular en concreto la manera como la comunicación deberá actuar para mantener la salud de una población. Frente a la salud, la comunicación tiene el reto de responder a las anunciadas capacidades de afectar la variable que Blum ha señalado como la más influyente en el fenómeno de la salud, esto es, el comportamiento.

La experiencia alcanzada hasta hoy en programas como SUPERVIVIR, las Jornadas de Vacunación, el SIDA, el Maltrato Infantil, algunos de los cuales se mencionan en apartes anteriores, muestra sus posibilidades, pero, al mismo tiempo, permite analizar fracasos y profundos retrocesos que es obligatorio corregir. Al aplicar un enfoque de comunicación como el que aquí se ha formulado y siguiendo en forma seria la metodología que liga la comunicación al desarrollo, se pueden formular objetivos y estrategias de trabajo útiles para los próximos años.

El concepto de promoción de la salud y la comunicación

Los enfoques contemporáneos de promoción de la salud tienden a involucrar acciones de desarrollo consideradas fundamentales para que pueda ser viable

promover la salud (condiciones mínimas de salubridad, acceso a agua potable, niveles mínimos de educación, entre otros). En la medida en que se priorice este enfoque de promoción, la tarea de la comunicación tenderá más hacia la comunicación para el desarrollo y perderá su especificidad respecto al fenómeno salud. Dentro de un concepto más "conservador" o, si se quiere, más sectorial de la promoción, ésta última se entiende como el desarrollo de condiciones para mantener y mejorar la salud independientemente de circunstancias aunque se reconoce que son determinantes del estado de salud, se acepta la precariedad para influir sobre ellas desde lo sectorial: lograr un manejo adecuado de los alimentos que se consumen tradicionalmente no debe competir con la búsqueda de mejores ingresos para obtener mejor alimentación. Vista así, la promoción de la salud consiste, fundamentalmente, en desarrollar capacidades y destrezas para mantenerse sano independientemente de condiciones que, tomándose como determinantes, no son susceptibles de ser afectadas de manera inmediata o directa por el sector (nivel educativo, nivel de ingresos, calidad del ambiente, para mencionar sólo unas cuantas). Independientemente del enfoque que se tenga, promover la salud significa mantener y potenciar capacidades de estar sano como individuo y como comunidad.

De acuerdo con la conceptualización manejada en estos lineamientos, el papel de la comunicación se circunscribe a su capacidad de afectar comportamientos que lleven a preservar la salud, entendiendo que al buscarlos inevitablemente se están sentando las bases para estimular desarrollos mayores, seguramente de gran impacto en el fenómeno de promoción de la salud en su sentido más amplio (un ejemplo de esto es que una comunidad que reconoce el valor de acceder a agua de buena calidad se organizará y demandará en el futuro un acueducto. En el presente desarrollará acciones como hervir el agua para mantenerse sana).

La investigación y la comunicación

La capacidad de la acción comunicativa para afectar determinados aspectos de la realidad está íntimamente ligada al conocimiento que se tenga de esa realidad. *Como quiera que la comunicación actúa sobre la dimensión comportamental de la realidad que quiere afectar y los comportamientos son, antes que nada, expresiones culturales, la investigación en comunicación debe propender por conocer aquellos elementos que desde lo cultural determinan los comportamientos individuales y colectivos.*

La calidad de la comunicación depende de la capacidad de comprender a los interlocutores, de tal manera que la interlocución se vuelva significativa, es decir, afecte la argumentación del otro. Eso sólo puede darse si como parte del proceso de comunicación se destinan esfuerzos previos a investigar, a conocer aquellos aspectos provenientes de la cultura que arman la forma de comportarse de los individuos y los colectivos (saber, creer, actuar) frente a la cual actúa el

comunicador.

Más adelante se señala cómo la epidemiología se constituye en fuente importantísima para describir y caracterizar muchos fenómenos de salud. No obstante, para el comunicador es definitivo llegar a conocer el porqué de esos fenómenos que la epidemiología describe y de esta manera poder "comprender" con miras a afianzar o transformar. En esta perspectiva, el trabajo del comunicador debe contemplar al menos dos etapas en la investigación: la primera tiene que ver con reunir todos los argumentos técnicos, políticos y culturales que determinan la pertinencia que tiene para la población abordar determinado fenómeno de salud. El comunicador está obligado a priorizar y, en este proceso, debe evitar que dicha priorización obedezca exclusivamente a criterios técnicos (clínicos o epidemiológicos). Como agente cultural, el comunicador debe ser capaz de dimensionar esos criterios y contextualizarlos en el mapa cultural de la comunidad donde vaya a actuar. En la medida en que las intervenciones de comunicación partan del reconocimiento de aspectos fundamentales de las culturas y se apoyen en ellos, se obtendrá una comunicación de mayor calidad, es decir, la comunicación hará más sentido. La segunda etapa consiste en desarrollar mecanismos que permitan conocer y comprender el porqué de la argumentación que sustenta la situación descrita: "más que un "hablador", el comunicador es un "oidor" que optimiza su trabajo en la medida en que es capaz de comprender las argumentaciones del otro. No se trata, sin embargo, de una mera indagación contemplativa sino de la búsqueda para encontrar razones, fortalezas y debilidades para estructurar una intervención en el terreno de lo cultural sobre la base de una mejor calidad de vida definida desde la concepción de desarrollo a partir de la cual se está actuando.

Técnicas para conocer los porqués van desde los grupos focales, la IAP (Investigación Acción Participativa), las encuestas CAP, las historias de vida y muchas otras cuyo valor para el comunicador depende de la capacidad que tengan de ayudar a entender esos porqués. Lo importante es que cuando se pregunte por la razón de haber elegido determinada prioridad y de haber optado por determinado camino, esos pasos previos permitan argumentar de manera sólida las elecciones, entre otras cosas, para poder, también, evaluar los resultados.

El ciclo de la comunicación

En este apartado se trata de hacer un llamado especial a los comunicadores o a quienes hacen sus veces en el terreno de la salud y, en general, en el campo del desarrollo: no olvidar dónde se cierra el ciclo de la comunicación. Muchas veces los comunicadores se enfrascan en lograr una óptima emisión y paradójicamente ignoran las condiciones y circunstancias en las cuales se dará la recepción. El sector está plagado de cartillas, folletos, videos y afiches que nunca fueron

recibidos o cuya recepción se dio en condiciones tan diferentes a las que requerían, que el mensaje se perdió totalmente. Es obligatorio verificar que el uso de las piezas de comunicación se garantice desde antes de su producción, para lo cual se deben prefigurar las condiciones en las que cerrará el ciclo: ¿Quién va a leer un manual?, ¿En qué circunstancias?, ¿Por qué lo hará? Por tratarse de procesos que considerados fundamentales por oposición a lo comercial, a lo cual le se le atribuye un papel bastante superfluo, se tiene la tendencia a presuponer una audiencia interesada en los materiales o acciones de comunicación que se llevan a cabo.

Más que por las limitantes dadas por la capacidad (saber leer, tener radio, etc), los fenómenos de comunicación tanto interpersonales como masivos tienden a prefigurar características de las audiencias que muchas veces llevan al fracaso (comunidades dispuestas a asistir a largos talleres, radioescuchas profundamente interesados en el VIH y así sucesivamente). *Con independencia de muchas circunstancias de calidad, oportunidad, adecuación, etc. si quiere cerrar el ciclo de la comunicación y no perder el esfuerzo, el comunicador está obligado a "acomodarse" a las condiciones de la audiencia para llegar a hacer comunicación que por lo menos sea recibida. Esto supone reconocer al otro no desde la perspectiva de quien hace comunicación (sus intereses, motivaciones, preferencias...) sino desde su propia perspectiva, es decir, los intereses del otro, sus motivaciones, sus deseos, su mundo, ya que esto tiene fuertes implicaciones en el éxito o el fracaso de las acciones de comunicación propuestas.* Tener en cuenta lo que se ha señalado es lo que permite cerrar el ciclo de la comunicación, cuyo objetivo último es llegarle a la audiencia para la cual se diseñan las estrategias.

La comunicación y el mercadeo social: del mercadeo de productos al mercadeo de conceptos

Para cerrar este capítulo es pertinente señalar brevemente algunos aspectos generales sobre el mercadeo social en el contexto de la comunicación, ya que de las similitudes y las diferencias que se logren establecer entre estos dos campos de acción depende el éxito que tengan las actividades que se adelanten.

A partir de la década de los ochenta, de manera creciente la comunicación ha venido constituyéndose en un componente fundamental para los proyectos de desarrollo y, en muchos casos, las técnicas y procedimientos propios del mercadeo comercial se han aplicado a los proyectos de comunicación social. Esta tendencia a aprovechar la experiencia comercial en lo social es la que ha llevado a hablar del mercadeo social. Sin embargo, no siempre se ha entendido de la misma manera y en muchos casos la traducción mecánica de procedimientos comerciales al campo social ha dejado mal parada la comunicación. *En términos generales se acepta que el mercadeo social debe hacerse al menos cuatro preguntas claves para definir sus líneas de acción: quién es el cliente, cuál es el producto, el precio*

y el lugar de "aquellos" que se está mercadeando.

El cliente

Todo el enfoque del mercadeo social basa sus formulaciones en considerar al interlocutor del fenómeno comunicativo como un cliente. Desde esta perspectiva, los procesos de mercadeo social en salud hacen sus planteamientos sobre la base de la libre elección del interlocutor o, al menos, sobre la base de un interlocutor fuerte. Más allá del problema formal de si se llama cliente, paciente o usuario, lo estructural de este enfoque consiste en reconocer que el fenómeno comunicativo se desarrolla en un escenario en el que más que dar instrucciones o enseñar fórmulas, la comunicación se enfrenta a la tarea de seducir interlocutores libres, por lo que su argumentación debe estar basada en una lógica no autoritaria. Esta manera de ver el fenómeno comunicativo se acerca al papel de la comunicación comercial y deriva de ella no sólo su nombre sino también sus características fundamentales, conceptuales y metodológicas.

La introducción de la expresión cliente dentro del mercadeo social abre una interesante perspectiva a la investigación en comunicación, en la medida en que la aproxima a la investigación de mercado. Esto implica que en el proceso de conocer al otro se deben formular las necesidades y características de ese otro desde la posición de demandante (comprador) quien ahora no tiene una posibilidad de compra determinada por el poder adquisitivo sino por la capacidad de interlocución (aceptación o rechazo) frente a lo que se le propone.

El producto

A diferencia de lo que sucede en el mundo comercial, en lo social la mayoría de las veces no existe un "producto" como tal y, en consecuencia, el proceso de comunicación inicia desde la definición misma del producto. En particular, la salud se presta para estos equívocos: vacunación no es un producto si no se precisa con claridad si se trata de vacunación intensiva o de apoyo al programa regular. VIH- SIDA no es un producto mientras que sí lo es la promoción de determinadas prácticas sexuales en adolescentes. Tabaquismo no es un producto mientras que el fortalecimiento de la presión social frente a los no fumadores sí lo es. *En síntesis, aplicar el mercadeo al tema social implica "construir" el producto o, de lo contrario, se puede terminar trabajando con un producto equivocado o, lo que es más grave, trabajando sobre un propósito más que sobre un producto. Para que esta situación no se dé, lo primero es distinguir los objetivos técnicos o científicos de los comunicativos, garantizando que estos últimos sean consistentes con los primeros. Aquí es donde se une el mercadeo social con la propuesta comunicativa aquí presentada.*

Para definir los objetivos comunicativos es preciso trasladar los objetivos técnico-científicos a objetivos de comportamiento y en esta tarea el ejercicio CAP puede

ser de gran utilidad. Para el mercadeo social, el CAP equivale a la investigación de mercado sin la cual el mercadeo comercial no actúa. En el mercadeo social, el producto suele ser un comportamiento. De su clara definición y buen conocimiento depende que el éxito que se tenga.

El precio

El hecho de estar tratando con temas que se consideran "buenos, justos o necesarios para el bien de los demás" hace que muchas veces se olvide que para la audiencia lo que se le está proponiendo es muy costoso. Casi nunca se piensa si uno mismo aceptaría propuestas de ese tipo. Ahora bien, no siempre se puede disminuir el "precio" de lo que se ofrece, pero al menos si se es consciente de que se trata de algo costoso, seguramente se podrá trabajar mejor esa limitación.

En mercadeo social, el precio se refiere a los obstáculos, las dificultades para adoptar determinada propuesta. El precio hace referencia a todos los obstáculos que la audiencia deberá superar para llegar al producto. Sólo en la medida en que se pueda equilibrar el precio con los beneficios (beneficios dentro de la lógica de la audiencia y no de los argumentos científico-técnicos) se puede esperar éxito en la propuesta.

El lugar

Imagínense un producto muy atractivo y de bajo precio pero que el cliente nunca sabe dónde adquirir. Este producto nunca será comprado. En lo social, muchas veces sucede esto sin que se tome debida consciencia de ello: se ofrece un "producto", pero no se dan indicaciones sobre dónde puede "adquirirse". La verdad es que la mayoría de las veces esto sucede porque el producto está mal definido. *Cuando se define un producto social, se debe saber muy bien el lugar en el que puede ser adquirido por el cliente potencial. Hay que ser capaces de describir el cómo, el cuándo y el dónde deberá suceder eso que se propone y de prever que las condiciones en las que ocurrirá son factibles dentro de la rutina de la audiencia.* Si para que suceda lo que se propone, la audiencia tiene que cambiar radicalmente sus hábitos, se incurre en un grave error y seguramente se va a fracasar. Para que el producto sea comprado, hay que ponerlo en el supermercado que frecuenta el cliente. En lo social, el producto debe "atravesarse" en la cotidianidad de la audiencia.

MÓDULO 6: Evaluación y análisis de la sostenibilidad de un proceso de comunicación

Material de estudio:

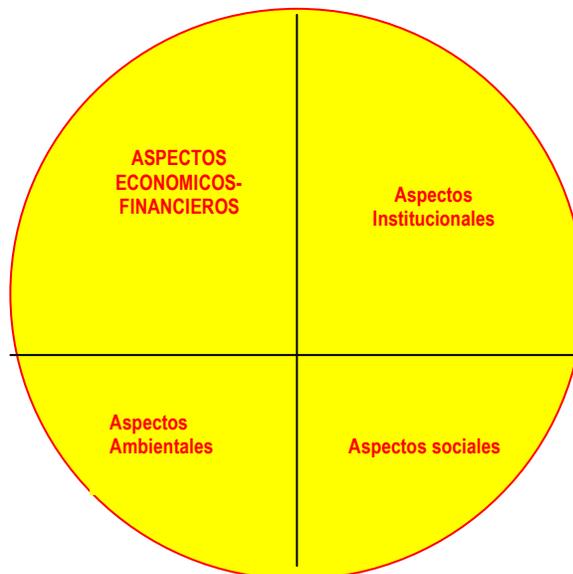
1. Evaluación y análisis de la sostenibilidad de un proceso de comunicación.
 - La lectura siguiente es para analizar e interpretar su contenido:

Lectura: ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Para qué analizar la sostenibilidad:

- Evaluar los factores que ayudan o impiden que un proceso de comunicación se convierta en sostenible.
- Explicitar cuáles son los elementos que deben conformar una estrategia de sostenibilidad.
- Explicitar cuáles son los elementos que deben conformar una estrategia de sostenibilidad.
- Ayudar a conocer cuáles son los elementos de sostenibilidad que deben ser evaluados y mejorados.

La metodología presenta diversos factores a evaluar en los cuatro aspectos importantes de la sostenibilidad:



Aspectos y variables a evaluar

Aspectos Económico-financieros:

Flujo de fondos adecuados, es decir, se cuenta con un flujo acorde para la actividad, de tal manera que se puede cubrir los costos de la estrategia.

Fuentes de financiamiento aseguradas, entendiendo por esto no sólo recursos externos, sino también internos. Por ejemplo, si es necesario un financiamiento en recursos humanos, en este caso la fuente de financiamiento puede ser el trabajo y el aporte comunal, cooperación o donaciones.

Aspectos Sociales:

1. Los actores sociales están en capacidad de responder en forma adecuada a la estrategia, es decir, tienen el conocimiento adecuado?.
2. Participación de los actores sociales desde el inicio de la estrategia.
3. Los actores sociales están de acuerdo con el problema identificado y el desarrollo de la propuesta.
4. Los actores sociales consideran la estrategia importante para su desarrollo. Este aspecto es fundamental dado que es difícil lograr un compromiso sostenible si los actores sociales no tienen claro el para qué de la estrategia.
5. Los actores sociales tienen claro como contribuir al éxito de la estrategia, es decir, como trabajarán en ella.
6. Existen mecanismos claros para canalizar la participación del público objetivo. Las personas saben canalizar sus opiniones y acceder a los niveles de toma de decisiones.
7. La estrategia ayudará objetivamente a mejorar la calidad de vida de la población.
8. Existen liderazgos identificados y comprometidos, porque las comunidades tienen referentes que hay que conocer, aceptar e incorporar.
9. Se ha identificado a los disidentes de la estrategia y se conocen sus motivaciones y como incorporarlos.
10. Los espacios y medios de comunicación fueron los adecuados.

Aspectos Organizacionales:

1. La estrategia tiene una organización adecuada que le permitió desarrollarse.
2. Se cuenta con personal suficiente en cantidad y calidad, para cubrir las tareas que demanda la ejecución de la estrategia.
3. La estrategia es clara para los involucrados, es decir, el recurso humano conoce sus funciones y como contribuye al desarrollo de la estrategia.
4. Se cuenta con alianzas en el ámbito externo.

5. Se tienen los recursos técnicos necesarios.

Aspectos Institucionales:

1. Se cuenta con metodologías que permita ampliar la estrategia a otros actores sociales y otros ámbitos.

TALLERES DE LOS MODULOS

MÓDULO 2: Fundamentación teórica

Taller:

1. Responder los siguientes interrogantes con base en la lectura de la experiencia "La Teoría Estratégica para el Cambio Social".

Lectura del taller: Haga clic en el siguiente vínculo:

http://www.fisec-estrategias.com.ar/3/fisec06_03pp3-18.pdf

- Describa la experiencia "Estrategia para el cambio social" orientada a que los actores sociales organicen y piensen la corrupción como problema colectivo y colaboren en su erradicación.
- Qué elementos de la teoría de la Acción Colectiva y la Nueva Teoría estratégica desarrolla la experiencia "Estrategia para el Cambio Social".

MÓDULO 3: Enfoques de Comunicación e información en el Desarrollo

Taller:

1. Realizar la lectura de Cultura Democrática y en pequeños grupos leamos y analicemos:

Lectura del taller:

"CULTURA DEMOCRÁTICA"

ASPECTOS PARA REFLEXIONAR:



Humberto, o "el profe Beto", como le decían sus alumnos por más de 30 años que dictó la cátedra de ciencias sociales y humanidades, en el único colegio del pueblo; se encontraba ahora frente a un notario que anotaba incrédulo las anotaciones que el profesor hacía para su testamento: Yo, Humberto Rodríguez, en el ejercicio de mis facultades y en presencia de los testigos que me acompañan, quiero decir a todos mis alumnos que después de 85 años de vida, me siento feliz, de haber presenciado los cambios del siglo XX y los que traerá el siglo XXI, y aunque no han sido fáciles de entender para nadie, el hecho de ver que el Estado ahora es un Estado Social de derecho, que la democracia paso de ser representativa a participativa, que la religión no es una sola, que el desarrollo

local es decisión nuestra y no de otros, y que la tecnología por fin se nos ofrece como una herramienta para comunicarnos con el mundo, quiero dejarles a ustedes un legado de enseñanza y fe en el futuro, porque son el capital social del municipio y bajo su responsabilidad esta el futuro de las generaciones vendederas, y se que lo que vendrá no será fácil, , aun están a tiempo de corregir sus errores!. Los admira su profesor, amigo, padre, y padrino de muchos.

Frente a este texto discutamos en pequeños grupos:



1. ¿A qué se refería el profesor con los cambios del siglo XX y los que traerá el siglo XXI?
2. ¿Qué es eso de Estado Social de derecho y democracia participativa?
3. ¿Qué quiso decirnos con "el capital social del municipio"?
4. ¿Cuáles con los errores que hay que corregir?
5. Al concluir el análisis de grupo,

pasemos a una plenaria y compartamos los resultados de esta reflexión.

ASPECTOS A TENER EN CUENTA

Democracia Participativa

Para muchos, la democracia participativa ya hace parte de nuestro "diccionario" personal; pero aunque la nombremos y hablemos de ella seguramente el sentido que le damos cambia con frecuencia, dependiendo de las experiencias, la información y la formación que hayamos tenido sobre ella. Para empezar, el término ha evolucionado con la historia y cultura política de cada país. Está compuesto por dos palabras en donde cada una es complemento de la otra: Democracia y Participación.





"La democracia, se entiende como una forma de vida, de relacionamiento y de comunicación. De forma literal se refiere a la soberanía del pueblo, por tanto, se considera al pueblo, como representante originario del poder político. Todos los ciudadanos deben cooperar en las decisiones de las cuestiones políticas que les afectan, como personas libres y en condiciones de igualdad".

En términos políticos "La Democracia es el único régimen político en el cual se puede obtener todo, siempre que se persuade a los demás respetando las reglas del juego".

"Para desarrollar la democracia según las reglas del juego referidas en el trabajo citado anteriormente, es necesario conocerlas, respetarlas y ponerlas en práctica, estas parten del sufragio universal como la base de todo proceso democrático. Estas reglas del juego son":

Regla del Consenso: Todo puede ser llevado a cabo si se obtiene el consenso del pueblo: nada se puede hacer si no existe este consenso.

Regla de la Competencia: Para constituir el consenso todas las opiniones se pueden y se deben confrontar libremente entre ellas.

Regla de la Mayoría: Para calcular el consenso se cuentan las cabezas, sin romperlas, y la mayoría hace la ley.

Regla de la Minoría: Si no obtienes la mayoría y quedas en minoría, no quedas por fuera de la ciudad, por el contrario, puedes ser el jefe de la oposición y tienes una función esencial, la de criticar a la mayoría y prepararte para derrotarla en la próxima confrontación. Es llamada la regla de la alteridad.

Regla del Control: La democracia que se apoya sobre esta constante confrontación entre mayoría y minoría es un poder controlado o, al menos controlable.

Regla de la Legalidad: Es el equivalente a la exclusión de la violencia, no solamente debemos fundar las leyes sobre el consenso, sino que la competencia

misma debe basarse en la ley y, por lo tanto, en la legalidad.

Regla de la Responsabilidad: Todas estas reglas funcionan si los hombres son responsables, si comprenden que la importancia de estas reglas estriban, precisamente que constituyan un sistema democrático que permite reproducir ya democracia y sus reglas particulares sin ponerlas en juego.

"La participación se entiende como la intervención (directa o indirecta) de distintos actores en la definición de las metas de acción de una colectividad y de los medios para alcanzarlas. Participar es un acto de la voluntad de tomar posición en relación con aquellos procesos de los cuales se es protagonista. Esta interacción involucra, relaciones de poder, tensiones y conflictos que pueden tener un efecto positivo o negativo en los procesos de participación" dependiendo de cómo se tramiten las diferencias de intereses y perspectivas y cómo se posibiliten los acuerdos.

Existen varios tipos de participación: la social, la comunitaria, la ciudadana y la política. **La participación social**, hace referencia a los procesos de agrupamientos de los ciudadanos en torno a distintas organizaciones de la sociedad civil para ya defensa y representación de sus intereses. Ejemplo: grupos parroquiales, ambientalistas, deportivos.

"**La participación comunitaria** se entiende como las acciones ejecutadas colectivamente por los ciudadanos en la búsqueda de soluciones a las necesidades de su vida cotidiana y situadas en el contexto inmediato en el que habitan. Estas acciones están vinculadas directamente al desarrollo comunitario y pueden contar o no con la presencia del Estado". Ejemplo: Juntas de Acción Comunal, comités barriales, frentes de seguridad.

La participación ciudadana, se da a nivel general, asociada a intereses colectivos, agenciados por individuos que ejercen sus derechos, pero es importante recordar que no todo interés colectivo es público. Vgr. El interés colectivo de los gremios; y que también no todo proceso de participación ciudadana se restringe solo a los asuntos políticos.

La participación política, identifica las prácticas, orientaciones, y procesos que los ciudadanos realizan a través del voto, las consultas populares, la protesta social, el referendo, los cabildos, para materializar los intereses de una comunidad política, y a generar cambios significativos en torno al poder, las no raías sociales y la cultura política.

"Algunos autores han llegado a crear una escala de participación en donde señalan cómo a medida que la gente participa en asuntos más complejos y

exigentes, requieren del uso de instrumentos más especializados, en donde es necesario la organización ciudadana, pues de lo contrario la participación se convierte "en acciones dispersas de individuos que no tienen impacto y no logran transformar la situación a los problemas detectados".

Ejemplos de las diversas formas de participación se encuentran en las juntas de padres de familia, agrupaciones ambientalistas, comités de participación, comités de desarrollo y control de servicios públicos domiciliarios, Consejos de Juventud, Consejos de Cultura, Consejos de Discapacitados, Juntas Administradoras Locales, Comités de Veeduría, Consejos de Planeación.

De la mano de la participación, está la política social y el capital social, ya que por medio de la participación ciudadana, el compromiso de las organizaciones con el desarrollo local, y la definición de políticas públicas con un enfoque de justicia social, es que las comunidades salen adelante.

La Política Social indica el acuerdo social, como resultado de las diferentes perspectivas, intereses, valores y actitudes, orientados a la acción coordinada entre instituciones y sectores sociales, a través de la definición de planes, programas, proyectos, recursos y reglas del juego. La búsqueda de las anteriores características con modelos de equidad, centrados en el desarrollo humano y garantizando el equilibrio entre el desarrollo social, cultural y económico, da origen a la política social, la cual para desplegar su intencionalidad y sus posibilidades se apoya en el capital social y la responsabilidad social de las instituciones, las empresas y las organizaciones sociales.



El capital social hace referencia al grado de desarrollo de la conciencia cívica, la confianza, la capacidad de regulación y asociatividad existente entre los miembros de una sociedad. Está conformado por personas que a su vez constituyen el capital humano portador de recursos cognitivos, afectivos, actitudinales y procedimentales para potenciar, con otros, sus condiciones de vida.

El capital social opera a través de la participación organizada, en grupos de trabajo que actúan en red, aquí es importante pasar de la buena voluntad y la confianza a la capacidad de actuar y de incidir en lo público. Por ello es tan importante para promover procesos organizativos, conocer a la comunidad, sus antecedentes y experiencias en torno a la participación, identificar sus valores, creencias y prácticas en las relaciones

familiares, comunitarias, saber qué los motiva a participar de la vida en sociedad.

De esta manera "lo público se asume como la construcción de procedimientos democráticos, que junto con la autorregulación y corresponsabilidad ciudadana aportan elementos para que las normas que las personas se dan a sí mismas en uso de su autonomía (moral) y las normas de la colectividad (costumbres o normas sociales) complementen las normas legales".

Por esta razón es que "la implementación de políticas, programas y proyectos sociales en contextos sociales descentralizados, con la participación activa de la ciudadanía, y la intervención de distintos niveles de gobierno, instituciones y organizaciones, exige un manejo adecuado de las diferentes perspectivas, intereses, valores y actitudes de los involucrados, de modo que se aseguren los acuerdos indispensables para la acción coordinada entre las instituciones de los sectores sociales, a través de la conformación de redes".



La calidad de las relaciones del hombre consigo mismo, con otros y con el mundo que lo rodea constituye el capital humano y social, indispensable para el desarrollo. Estas relaciones permiten aumentar las posibilidades de una sociedad para obtener sus metas, generando un comportamiento cooperativo, entre individuos, organizaciones, agentes económicos y sociales

que logran formas de desarrollo de una manera eficaz, sustentable, productiva y equitativa.

MÓDULO 4: Fundamentación conceptual para el diseño de estrategias de comunicación

Taller: Experiencias de estrategias de comunicación.

1. Lea la experiencia y describa los elementos que se deben tener en cuenta para el diseño de una Estrategia de Comunicación de acuerdo con la vivencia presentada. Las experiencias se encuentran estos link haga clic en cada uno y encontrará la lecturas en formato PDF:

- http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/pub_for/comunic/pdf/cap1.pdf
- <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/pub>

[for/comunic/pdf/cap2.pdf](#)

ELEMENTOS PARA TENER EN CUENTA EN EL TALLER:

Problemas que dieron origen al diseño de la estrategia:

- Objetivos
- Perfiles de los grupos de interacción
- Enfoques de Comunicación
- Resultados Esperados
- Actividades
- Recursos
- Supervisión
- Cronograma

MÓDULO 5: Experiencias de Estrategias de Comunicación

Taller: El problema de la Droga y su relación con la Comunicación

1. Realice un mapa conceptual sobre la propuesta “La comunicación para la superación del problema de la droga”.
2. En el modelo de comunicación para el desarrollo planteado por Hernán Salamanca Uribe sitúe la propuesta “La comunicación para la superación del problema de la droga”.

Momentos	Capacidades	Funciones
Posibilita la puesta en común de diversas visiones del mundo	Capacidad para orientar la atención pública, la agenda de los temas predominantes	Informativa
Pide razones y motivos para comprender lo expuesto, sin que implique aceptación de verdad	Capacidad para generar efectos cognitivos y su distribución social	Educativa
Busca síntesis a partir de consensos derivados de la experiencia	Capacidad para incidir en determinada construcción social de la realidad	Movilizadora

MÓDULO 6: Evaluación y análisis de la sostenibilidad de un proceso de comunicación

Taller: Evaluación de una estrategia de comunicación.

1. Realizar la evaluación de la experiencia a partir de la matriz observada.
 - La estrategia se debe bajar de este link que encontraremos una lectura en

formato PDF y la evaluación a llenar es el siguiente cuadro:

http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/pub_f or/comunic/pdf/cap3.pdf

2. A continuación el formato de la Evaluación:

Aspectos Económico-Financieros

Aspecto a evaluar	Muy en desacuerdo	Desacuerdo moderado	Leve Desacuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de acuerdo
Flujo de fondos adecuados.					
Fuentes de financiamiento aseguradas					

• Aspectos Sociales

Aspecto a evaluar	Muy en desacuerdo	Desacuerdo moderado	Leve Desacuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de acuerdo
Los actores sociales están en capacidad de responder en forma adecuada a la estrategia.					
Participación de los actores sociales desde el inicio de la estrategia.					
Los actores sociales están de acuerdo con el problema identificado y el desarrollo de la propuesta.					
Los actores sociales consideran la estrategia importante para su desarrollo.					
Los actores sociales tienen claro como contribuir al éxito de la estrategia.					
Existen mecanismos claros para canalizar la participación del público objetivo.					
La estrategia ayudará objetivamente a mejorar la calidad de vida de la población.					
Existen liderazgos					

identificados y comprometidos, porque las comunidades tienen referentes que hay que conocer, aceptar e incorporar.					
Se ha identificado a los disidentes de la estrategia y se conocen sus motivaciones y como incorporarlos.					
Los espacios y medios de comunicación fueron los adecuados.					

• **Aspectos Organizacionales**

Aspecto a evaluar	Muy en desacuerdo	Desacuerdo moderado	Leve Desacuerdo	Acuerdo Moderado	Muy de acuerdo
La estrategia tiene una organización adecuada que le permitió desarrollarse.					
Se cuenta con personal suficiente en cantidad y calidad, para cubrir las tareas que demanda la ejecución de la estrategia.					
La estrategia es clara para los involucrados, es decir, el recurso humano conoce sus funciones y como contribuye al desarrollo de la estrategia.					
Se cuenta con alianzas en el ámbito externo.					
Se tienen los recursos técnicos necesarios.					
Se cuenta con metodologías que permita ampliar la estrategia a otros actores sociales y otros ámbitos.					

FOROS DE LOS MÓDULOS

MÓDULO 1: La Comunicación y los procesos de desarrollo

Foro de Discusión “Reflexiones sobre la comunicación y el desarrollo”.

Preguntas para el foro:

- Explique desde el enfoque de la Comunicación para el desarrollo la siguiente afirmación. “Los medios de comunicación son utilizados generalmente, en el contexto del desarrollo, para promover estrategias de cambio social mediante la divulgación de mensajes que interpelan al público para que apoye a los proyectos orientados hacia el desarrollo. Aunque dichas estrategias divergen ampliamente en los países en desarrollo, el patrón usual de radiodifusión ha sido el mismo: Informar a la población sobre los proyectos, mostrar las ventajas de estas iniciativas y recomendar que sean apoyados”.
- Desarrolle argumentalmente la posición de Paulo Freire sobre una Comunicación para la Libertad.

MÓDULO 4: Fundamentación conceptual para el diseño de estrategias de comunicación

Cine-foro: Intercambio de experiencias de estrategias de comunicación.

Realizaremos un cine-foro con la película Colombiana “La estrategia del caracol” haremos el **foro de discusión:** “intercambio de experiencias de estrategias de comunicación”.



MÓDULO 5: Experiencias de Estrategias de Comunicación

Foro de discusión: “La Comunicación y las responsabilidades de los diferentes actores frente a las prioridades de salud del SGSSS.”

VIDEOS

MÓDULO 4: Fundamentación conceptual para el diseño de estrategias de comunicación

1. Dirección de la película “La estrategia del caracol” película Colombiana:

- Damos clic en el siguiente vínculo:

<http://www.youtube.com/watch?v=LAet9eTMu0U>

• OTROS VIDEOS:



Enlaces de videos clips referentes a la asignatura:

1. <http://www.youtube.com/watch?v=WRamo4qYBq&feature=related>
2. <http://www.youtube.com/watch?v=XzaJ7UVuGzE&feature=related>
3. <http://www.youtube.com/watch?v=0m1PRBmxZEq&feature=related>
4. <http://www.youtube.com/watch?v=xdTis-Qq3k&feature=related>
5. <http://www.youtube.com/watch?v=Oh6XZPGH5Qo&feature=related>
6. <http://www.youtube.com/watch?v=wD1KirNJyl4>
7. <http://www.youtube.com/watch?v=rwhYybF1qGc>
8. <http://www.youtube.com/watch?v=WqNe-0SN5MY>
9. <http://www.youtube.com/watch?v=zMdGSv9FNQQ&feature=related>

- **GALERIA DE FOTOS:**



- **ENLACES VIRTUALES:**

- <http://www.comminit.com/la>
- <http://www.pnud.org.ve/IDH96/capi.htm>
- <http://www.siscom.or.cr/cdp/proyecu/cuadernos/cuadernos.html>
- <http://www.filo.unt.edu.ar/graduados/comunicacion/imprimir.htm>
- <http://www.filo.unt.edu.ar/graduados/comunicacion/elperfil.htm>
- <http://www.fao.org/sd/SPdirect/CDre0015.htm>
- <http://www.fao.org.co/>
- www.pdpmm.org.co/
- www.rgs.gov.co

BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

- MAYOBRE, José Antonio. Comunicación y desarrollo. Instituto para América latina, Lima: 1987.
- ALFARO Moreno, Rosa María. Una comunicación para otro desarrollo: para el diálogo entre el norte y el sur. Calandria, Lima: 1993.
- SEN, Amartya. Desarrollo y libertad. Planeta, Bogotá: 2000.
- GÓMEZ, Carmen. La comunicación frente al desarrollo humano y social: balance y Prospectiva. Corporación universitaria Minuto de Dios, Bogotá: 2001.
- MARTÍNEZ, Betty. Tenemos la palabra: Enfoques multilaterales de la comunicación participativa en Colombia. Corporación universitaria Minuto de Dios, Bogotá: 1997
- FERNÁNDEZ, Collado Carlos. La comunicación humana en el mundo contemporáneo. Mc Graw Hill, México: 2001.
- GARAY, Luis Jorge. Construcción de una nueva sociedad. Tercer Mundo

Editores, Bogotá: 1999.

- GUMUCIO, Dagron Alfonso. Haciendo olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social. Fundación Rockefeller, New York: 2001.
- ENCUENTRO IBEROAMERICANO DEL TERCER SECTOR. Lo público. Quebecor, Bogotá: 2001.
- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura. UNESCO.
- LINEAMIENTOS PARA LA SALUD. Ministerio De Comunicaciones Colombia, 1997.
- PROYECTO ENLACE. Comunicación Para La Superación Del Problema De La Droga.
- INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. Naciones Unidas.
- PLANEACIÓN DEL DESARROLLO LOCAL. Alcaldía Mayor de Bogotá – Universidad de los Andes.
- PEDAGOGÍAS COMUNITARIAS. SNPS Cáritas Colombiana – Unión Europea – Diócesis de Barrancabermeja.