

REPÚBLICA DEL ECUADOR



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES LA UNIVERSIDAD DE POSTGRADO DEL ESTADO

Trabajo de titulación para obtener la Maestría de Investigación en
Políticas de Comunicación con mención en Desarrollo Social

TÍTULO

**“LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN EL MARCO
DEL BUEN VIVIR.
ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DEL
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA,
ACUACULTURA Y PESCA (MAGAP) DURANTE EL PERÍODO
2016-2017”.**

Autora: Lcda. Mayra Fernanda Morán Gaibor
Director: Dr. Francisco Javier Moreno Gálvez

Quito, junio de 2019

Acta de grado



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO

No.228- 2019.

ACTA DE GRADO

En el Distrito Metropolitano de Quito, hoy a los doce días del mes de junio del año dos mil diecinueve, **MAYRA FERNANDA MORAN GAIBOR**, portadora del número de cédula: 1718653726, EGRESADA DE LA MAESTRÍA EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN DESARROLLO SOCIAL (2016-2018), se presentó a la exposición y defensa oral de su tesis, con el tema: "LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN EL MARCO DEL BUEN VIVIR. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA (MAGAP), DURANTE EL PERÍODO 2016-2017", dando así cumplimiento al requisito, previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN DESARROLLO SOCIAL**.

Habiendo obtenido las siguientes notas:

Promedio Académico:	9.47
Tesis Escrita:	7.25
Defensa Oral Tesis:	8.74
Nota Final Promedio:	8.73



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO

**SECRETARÍA
GENERAL**

En consecuencia, **MAYRA FERNANDA MORAN GAIBOR**, se ha hecho acreedora al título mencionado.

Para constancia firman:

Sofía Cordero
Dra. Sofia Cordero.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Paul Cisneros
Dr. Paul Cisneros.
MIEMBRO

Victor Lopez
Dr. Victor López.
MIEMBRO

Ximena Carvajal Chiriboga
Abg. Ximena Carvajal Chiriboga.
DIRECTORA DE SECRETARÍA GENERAL

De conformidad con la facultad prevista en el estatuto del IAEN CERTIFICO que la presente es fiel copia del original

Fojas *16*

Fecha **27 AGO 2019**



SECRETARÍA
GENERAL

AUTORÍA

Yo, Mayra Fernanda Morán Gaibor, con C.C. 1718653726 declaro que las ideas, juicios, valoraciones, interpretaciones, consultas bibliográficas, definiciones y conceptualizaciones expuestas en el presente trabajo, así como los procedimientos y herramientas utilizadas en la investigación, son de absoluta responsabilidad de la autora del trabajo de titulación. Así mismo, me acojo a los reglamentos internos de la universidad correspondientes a los temas de honestidad académica.

Ortega, junio de 2019.

Mayra Morán
FIRMA (S)

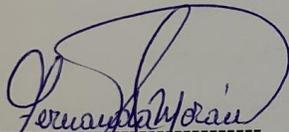
Mayra Morán
Firma

CC: 171865372-6

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

"Yo, Mayra Fernanda Morán Gaibor, cedo al IAEN los derechos de publicación de la presente obra por un plazo máximo de cinco años, sin que deba haber un reconocimiento económico por este concepto. Declaro además que el texto del presente trabajo de titulación no podrá ser cedido a ninguna empresa editorial para su publicación u otros fines, sin contar previamente con la autorización escrita de la universidad".

Quito, junio de 2019.



FIRMA DEL CURSANTE

MAYRA FERNANDA MORÁN G.

NOMBRE DEL CURSANTE

CI. 1718653726.....

DEDICATORIA

A mi padre, Jorge Luis, porque las palabras que salen de mi voz, las letras que plasman estas manos son las tuyas. Donde estés, siéntete feliz de ver a esta mujer que se levanta y continúa construyendo su camino. Gracias por todo tu amor y entrega, gran parte de lo que soy te lo debo a ti.

A mi madre, Gladys. Las palabras se quedan cortas, pero sólo tú sabes que la hemos batallado con determinación y ahora vienen los tiempos de cosecha. Ustedes siempre serán el faro de mi vida. Los amo.

AGRADECIMIENTO

A la grandiosa oportunidad de coincidir con mentes que no despegan de su espíritu para alimentarse de egos y que, al contrario, son capaces de sembrar cambios en quienes tenemos la dicha de conocerlos y aprender de su esencia libre y enriquecedora.

A cada uno de mis compañeros, por cambiarme la vida con su amistad y llenarla de experiencias que se han impregnado en el corazón y la memoria. Por mostrarme nuevas perspectivas y hacerme parte de sus mundos, sus alegrías y enseñarme que la vida se vive mejor en solidaridad, respeto, compromiso y lucha.

A mis amigos, los de siempre y desde siempre y a aquellos que dejaron de ser conocidos para convertirse en pilares y escudos de fortaleza. Por creer en mí, por alentarme a descubrir una valentía que no conocía y ayudarme a crecer. Por escucharme y acompañarme en uno de los aprendizajes más importantes de este camino.

A mi maestro y amigo, Javier Moreno. Toda su confianza, apoyo, motivación y calidad humana; su observación minuciosa y acertada hicieron posible realizar esta investigación que, ciertamente, lleva su sello académico y ha despertado nuevos ideales de superación.

RESUMEN

La presente investigación estudia la formulación de planes de comunicación para el desarrollo en entidades gubernamentales del Ecuador, dentro del paradigma del Buen Vivir, a través de la experiencia del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y su “Planificación estratégica de intervención territorial con un enfoque de Comunicación Participativa y para el Desarrollo” (MAGAP, 2016).

Los resultados del análisis evidencian un escaso conocimiento respecto de la Comunicación para el Desarrollo, en el discurso y participación de los responsables de la elaboración de dicha estrategia, que en su intento por romper con el enfoque institucional del trabajo comunicacional no logra despuntar hacia las propuestas de una comunicación creada desde y para las comunidades rurales.

Además, se observa la ausencia de marcos normativos que regulen y garanticen la aplicación de planes comunicacionales, en los que primen aspectos de participación, inclusión y democratización, por encima de modelos difusionistas. Algo que no necesariamente coincide con las premisas enunciadas desde el paradigma del Buen Vivir.

PALABRAS CLAVE: *comunicación, desarrollo, cambio social, Buen Vivir, comunicación para el desarrollo, ruralidad.*

ABSTRACT

This research studies the formulation of Communication for Development plans in government entities of Ecuador, within the Good Living paradigm, through the experience of the Ministry of Agriculture, Livestock, Aquaculture and Fisheries and its "Strategic planning of territorial intervention with a Participatory Communication and Development approach "(MAGAP, 2016).

The results of the analysis show a lack of knowledge regarding Communication for Development, in the discourse and participation of those responsible for the elaboration of this strategy, which in its attempt to break with the institutional approach of the communicational work does not succeed in coming up with the proposals of a communication created from and for rural communities.

In addition, we observe the absence of regulatory frameworks that regulate and guarantee the application of communication plans, in which aspects of participation, inclusion and democratization prevail, over diffusionist models. Something that does not necessarily coincide with the premises enunciated from the Good Living paradigm.

KEYWORDS: *communication, development, social change, Good Living, communication for development, rurality.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
I. Justificación y pertinencia.....	1
II. Planteamiento del problema	4
III. Objetivos	6
IV. Hipótesis	7
V. Hipótesis específicas.....	8
VI. Estructura de la investigación.....	8
CAPÍTULO I	10
1.1. El ámbito de la comunicación en Ecuador. Una retrospectiva inestable, caótica y fragmentaria.....	11
1.1.2. La propuesta del Buen Vivir como proyecto de la Revolución Ciudadana	16
1.2. Las políticas de comunicación en el Buen Vivir	19
1.3. La participación como eje de la comunicación para el desarrollo en el Buen Vivir	22
1.4. Desarrollo rural y comunicación para el Buen Vivir.....	27
CAPÍTULO II	34
2.1. La comunicación para el desarrollo. ¿Una reedición del desarrollo?	34
2.1.1. El tan anhelado desarrollo y sus mutaciones en el tiempo	35
2.1.2. La adopción de un nuevo paradigma constitucional.....	45
2.1.3. Desarrollo y comunicación: dilemas de una relación compleja	52
2.1.4. Comunicación para el desarrollo, eje del cambio social	59
CAPÍTULO III	62
3.1. Determinación de la metodología.....	62
3.2. Diseño de la metodología	64
3.3. Técnicas de recolección de la información	65
3.3.1. El análisis documental y su capacidad de sintetizar información.....	65

3.3.2. Las entrevistas en profundidad, el diálogo frente a frente	69
3. 4. Procesamiento de datos.....	73
3.4.1. Análisis sociológico del discurso	73
3.4.2. Categorías de análisis.....	77
CAPÍTULO IV.....	79
4. 1. La comunicación en Ecuador y sus intentos por alcanzar el desarrollo.....	79
4.2. Antecedentes de políticas de comunicación para el desarrollo rural y la agricultura familiar en Ecuador	80
4.3. Enfoque de desarrollo social en la comunicación gubernamental: de las intenciones surgen los intentos.....	88
4.4. Comunicación para el desarrollo, el eslabón perdido en la comunicación ecuatoriana.....	99
4.5. El discurso del Buen Vivir reflejado en políticas de comunicación con enfoque participativo y visión de desarrollo social: la retórica puesta a prueba	116
CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES.....	123
BIBLIOGRAFÍA	131
Anexo 1.....	147
Entrevista a Diego Merizalde	147
Anexo 2.....	156
Entrevista a Belén Vásconez	156
Anexo 3.....	163
Entrevista a Eduaxis Alvarado.....	163
Anexo 4.....	176
Entrevista a Diana Pamela Rosero	176
Anexo 5.....	187
Entrevista a Rosa Elena Vallejo	187

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Características de la Comunicación de MAGAP	85
Gráfico 2. Principales funciones de la comunicación en los proyectos de desarrollo	89
Gráfico 3. Diferencias entre comunicación como sistema y comunicación como red o para el desarrollo	95

SIGLAS

Senplades	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo
PEA	Población Económicamente Activa
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
MAGAP	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca
Conaie	Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador
FMI	Fondo Monetario Internacional
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
AGD	Agencia de Garantía de Depósitos
LOC	Ley Orgánica de Comunicación
AMARC	Asociación Mundial de Radios Comunitarias
TIC	Tecnologías de la Información y Comunicación
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
ALALC	Asociación Latinoamericana de Libre Comercio

Unesco	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
Unicef	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
CPD	Comunicación para el Desarrollo
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
Ciespal	Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
REAF	Reunión Especializada en Agricultura Familiar del Mercosur
CELAC	Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños
CDES	Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PNBV	Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017

INTRODUCCIÓN

I. Justificación y pertinencia

Estudiar y comprender la comunicación demanda la capacidad de conocerla e ir más allá de las tradicionales interpretaciones teóricas. Los fines y objetivos de su aplicación son los factores principales que permiten definir su naturaleza. Por ello, es necesario destacar las características y cualidades de una comunicación que se gesta dentro de un marco institucional que, en teoría, debería contemplar planes y proyectos de desarrollo y cambio social como una de sus metas fundamentales.

Desde una mirada crítica hacia la experiencia particular de Ecuador, la comunicación para el desarrollo se encuentra todavía aislada o resulta un término extraño y ajeno dentro de la cotidianidad de una comunicación institucional, limitada por el carácter coyuntural de sus actividades y, en muchos de los casos, sujeta a las agendas políticas de sus autoridades o representantes.

Para el sociólogo y comunicólogo boliviano Adalid Contreras, la comunicación constituye la esencia misma de la sociedad y su experiencia en Latinoamérica despierta a un análisis crítico que gira en torno a las relaciones comunicacionales concebidas y entendidas más allá de la transmisión y recepción de mensajes, “[...] sino más bien de interacciones sociales y culturales, de encuentros entre personas, entre sociedades con un fin claro, en este caso, un fin claro es el Buen Vivir” (Contreras, 2014: 90).

La visión de la comunicación para el desarrollo resulta una materia particularmente importante y nueva para entidades estatales cuyo trabajo se vincula directamente con grupos rurales, como en el caso específico del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Ecuador (MAGAP). Ante ello, es necesario analizar la existencia y presencia de programas o iniciativas de comunicación pensados con el propósito de fomentar el desarrollo y el cambio social en los principales beneficiarios de los servicios que presta el aparato estatal a la ciudadanía.

Previo a la instauración del Plan Nacional de Desarrollo (2013-2017), el papel institucional del aparato estatal ecuatoriano resultaba frío y distante hacia actividades que conlleven al cambio social. Algunas de sus entidades, meramente operativas y técnicas,

enfocan su trabajo en el cumplimiento de planes de ejecución o estatutos orgánicos por funciones y procesos. Es a partir del establecimiento y aplicación de este plan que se experimenta una transformación paulatina que apunta a alcanzar resultados forjados a través de ese nuevo modelo de vida propuesto por el Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV).

Al respecto, el mencionado Plan propone como marco general que “el Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito”¹ (Senplades, 2009: 12).

Uno de los objetivos del PNBV propone la transformación de la matriz productiva del país, a través de un nuevo modelo económico y productivo y, sobre todo, de un talento humano capacitado y fortalecido (*ibid.*:296). Entre las metas que integran dicho objetivo, una de ellas contempla “impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentables, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero” (*ibid.*: 302). El primer punto en el que se subdivide esta meta destaca:

Fortalecer la producción rural organizada y la agricultura familiar campesina, bajo formas de economía solidaria, para incluirlas como agentes económicos de la transformación en matriz productiva, promoviendo la sustitución de importaciones, en el marco de la soberanía alimentaria (*ibid.*).

En el Ecuador, la agricultura representa una de las más importantes fuentes de trabajo y producción a nivel de la población rural que, en un alto porcentaje, se dedica al cultivo de la tierra. Pese a que la importancia de la actividad agrícola ocupa un segundo plano, comparada con la producción petrolera, “no obstante el 30 % de la población es

¹ “El Plan Nacional tiene metas con mecanismos que permiten su cumplimiento, establecidas en tres ejes programáticos: el poder popular con políticas y lineamientos estratégicos; derechos y libertades para el buen vivir determinados en la Constitución y la transformación económica y productiva. En su estructura el plan tiene 12 objetivos, 93 metas, 11 políticas, 1095 lineamientos estratégicos”. Recuperado de http://aulavirtual.buenvivir.gob.ec/moodle_new/mod/page/view.php?id=47

considerado como rural y el 25 % de la PEA se encuentra vinculado a las actividades agropecuarias” (Martínez, 2013: 07). Según este autor, el sector rural se ha transformado a causa de factores sociodemográficos que acentúan la posición relegada de la agricultura y, en consecuencia, de la mano de obra campesina.

Por su parte, desde una perspectiva regional, la FAO destaca que la agricultura familiar “representa más del 80 % de las explotaciones agrícola en América Latina; a nivel país, provee entre el 27 y 67 % del total de la producción alimentaria ocupa entre el 12 y el 67 % de la superficie agropecuaria y genera 10 entre el 57 y el 77 % del empleo agrícola en la región” (2012: 04).

En este sentido, el Plan Nacional de Desarrollo de Ecuador si bien considera como una de sus metas el fomento y fortalecimiento de la agricultura y la producción rural, a la par, proyecta una planificación específicamente técnica que debería partir de un enfoque comunicacional que contribuya al conocimiento y empoderamiento de los marcos constitucionales y, esencialmente, que garantice su aplicación en cumplimiento de los derechos y deberes ciudadanos (Contreras, 2014: 70).

No obstante, la comunicación no es valorada en índices, estadísticas o porcentajes, a diferencia de los ejes de la planificación económica. Pero esta carencia no disminuye su importancia, sobre todo si el desarrollo inicia en el diálogo, en comunidad (como-una-unidad). La palabra sobrepasa cualquier índice económico, pues lleva consigo el valor cultural de los pueblos (Ulloa, 2007: 115).

Por lo antes expuesto, resulta de vital importancia que la comunicación sea considerada por el Estado ecuatoriano como una de las dimensiones del Buen Vivir, representada como una estrategia “multimediatca de información, conocimiento y apropiación” (Contreras, 2014: 74) de sus objetivos y las metas que integran a estos. Sobre todo, deberá fungir como una herramienta que dé respuestas que atenúen los cuestionamientos propios de los procesos de transición en los que el término vivir bien es cuestionado por las sombras de un desarrollo que ha sido implantado bajo las sombras del capitalismo.

A través de la intervención de MAGAP, cuya misión es fomentar e incentivar la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país, el Estado se insertaría en los lineamientos que propone el Buen Vivir, mediante “acciones que permitan el desarrollo rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción. Para 2020, MAGAP contará con un modelo de gestión de calidad basado en sistemas de información y comunicación” (MAGAP, 2017).

En este contexto, la presente investigación toma la experiencia de MAGAP para estudiar un modelo específico de diseño de política pública, que será posible a través de un marco metodológico que reúne el levantamiento de información, a partir de documentos y entrevistas a los principales involucrados. Previo a la inserción del enfoque de Comunicación para el Desarrollo, en 2016, la institución aplicaba un enfoque comunicacional ligado a parámetros de difusión, comunicación política y aspectos de las Relaciones Públicas característicos del trabajo comunicacional que se realiza a nivel de entidades públicas. El objeto de estudio inicia en 2016, con su elaboración y puesta en marcha hasta mayo de 2017, cuando la estrategia se paraliza debido al cambio de autoridades y miembros del equipo ministerial, a causa de la transición de régimen de gobierno. Antes de 2016, no existió un documento o propuesta formal para implementar el enfoque de la comunicación para el desarrollo en el estatuto por procesos de dicha institución y, en efecto, a partir de este proyecto la misma contempló la alternativa de alinear su gestión comunicacional con las premisas dispuestas desde la comunicación para el desarrollo rural. Por lo tanto, el objeto de este estudio no corresponde a una planificación anual, sino a una propuesta de plan piloto que durante el desarrollo de la investigación pone en evidencia sus aciertos y detonantes.

II. Planteamiento del problema

Pese a lo evidenciado en los informes de organizaciones y los aportes de críticos de la comunicación para el cambio social, la búsqueda de experiencias sobre una comunicación enunciada desde el trabajo competente al aparato estatal ecuatoriano resulta escasa, por no decir nula. Es por ello que el presente trabajo plantea la necesidad de

analizar el impacto de las políticas institucionales en la comunicación de las instituciones públicas de Ecuador, a través de los elementos de la comunicación institucional, para determinar su coherencia con los fines principales que persigue el Buen Vivir.

Si bien la comunicación institucional es considerada como un intercambio de acciones e información entre instituciones y sus grupos objetivos (Muriel y Rota, 1980: 19), sus funciones han sufrido una suerte de confusión con las actividades y acciones que ejecutan las relaciones públicas e incluso ha sido aplicada como una materia ensimismada en el cuidado de las relaciones e imagen corporativa de las instituciones, en su mayoría gubernamentales.

A partir de reuniones con la Dirección de Comunicación Social del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Ecuador (MAGAP) fue posible problematizar la articulación entre la comunicación y el desarrollo, pues esta se venía desarrollando sin ningún tipo de vínculo o plan trazado que permitiese alcanzar el bien común, del cual el Estado es garante y supervisor.

La naturaleza de MAGAP está estrechamente relacionada con el sector del agro, el campesinado ecuatoriano, los pequeños productores del campo. A partir de un acercamiento con la Dirección de Comunicación Social, fue posible conocer que, tras identificar en un primer momento que su accionar y las relaciones de trabajo realizadas desde la institución hacia sus públicos objetivos no estaban enmarcadas dentro de una estrategia de comunicación para el desarrollo, la institución se planteó el reto de implementarla con una propuesta que incluyese además un factor adicional relevante: la participación de los beneficiarios como actores principales.

Folletos informativos con ilustraciones y recomendaciones sobre cómo optimizar el uso de recursos naturales en sembradíos, volantes, cuñas y programas radiales han servido como instrumentos e insumos informativos de apoyo. Nuestro ánimo es preguntarnos qué tipo de comunicación ha inspirado la puesta en marcha de esta estrategia, a qué lógicas responde y cuáles han sido sus potencialidades y limitaciones más características.

Como en toda investigación, el presente estudio trabaja con conceptos teóricos clave que están estrecha y directamente relacionados con el problema de investigación. A partir

de ellos se estructuró y desarrolló el marco teórico y se trazará la ruta operativa para el análisis del discurso, a través de **variables de análisis** que plantean una dimensión operativa y afirmarán teóricamente el objeto de estudio. Es decir, el factor teórico no puede ser separado del análisis, sino debe ser considerado como categorías contenidas en la muestra o corpus.

III. Objetivos

La presente investigación busca, de manera general, aportar al estudio y análisis de experiencias de comunicación para el desarrollo, a nivel de instituciones gubernamentales y, a través del caso del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Acuicultura y su proyecto “Planificación estratégica de intervención territorial con un enfoque de Comunicación participativa y para el Desarrollo” (MAGAP, 2016), reconocer desde qué lógica del desarrollo se estructuran y ejecutan los planes de comunicación en dicha institución. De esta manera, intentaremos determinar la coherencia y relación entre los objetivos planteados en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 y las estrategias impulsadas desde el aparato del Estado, con el fin de instaurar un nuevo modelo de comunicación que rompa con los esquemas difusionistas, típicos de la comunicación institucional.

Para ello, se han establecido los siguientes objetivos específicos que permitirán:

- Identificar qué elementos conceptuales y teóricos de la comunicación para el desarrollo, en el marco del Buen Vivir, caracterizan los planes y programas comunicacionales de MAGAP, a partir de una revisión del marco histórico, social, político e institucional que precedió la implementación del objeto de estudio, así como del marco teórico utilizado como base en la formulación de una estrategia que permitiría empoderar a los ciudadanos en los procesos comunicativos impulsados desde el Estado.

- Estudiar las mediaciones de los actores de MAGAP, respecto de los planes de comunicación que se elaboran y ejecutan a nivel institucional, con el propósito de analizar su grado de conocimiento y experiencia en los procesos de elaboración e implementación de esta estrategia. Esto será posible al analizar el discurso institucional, así como los documentos en los que convergen las bases teóricas y metodológicas para la inserción de la comunicación para el desarrollo en el eje de trabajo de la comunicación de MAGAP.

IV. Hipótesis

La presente investigación advierte que la implementación de estrategias para el desarrollo en entidades gubernamentales responde a una serie de requerimientos y disposiciones provenientes de órdenes jerárquicas, específicamente desde la cabeza de la institución estudiada, mediante las cuales se dispone la inserción e impulso de estas actividades dentro de las funciones y trabajo cotidiano de las unidades de comunicación social del aparato estatal.

Sin embargo, un acercamiento con la Dirección de Comunicación Social de MAGAP podría evidenciar que la comunicación para el desarrollo como tal se ha desarrollado dentro de la institución con base en productos comunicacionales que respondieron a coyunturas y no a estrategias específicamente elaboradas para que la ciudadanía deje de ser tratada únicamente como receptor de información y se convierta en productora de sus insumos comunicacionales.

Al tomar como referencia los factores mencionados, se evidencia que, si bien existen experiencias de comunicación para el desarrollo a nivel gubernamental, estas han sido alcanzadas a través de acciones no planificadas en las que es necesario empoderar la inclusión participativa de los públicos objetivos para garantizar la realización de los fines que persigue la comunicación para el cambio social y el desarrollo. En este sentido, establecemos como hipótesis general la existencia de un desajuste de lineamientos y coherencia con el Plan Nacional del Buen Vivir entre los postulados de la comunicación para el desarrollo y las estrategias y planes de comunicación de MAGAP.

V. Hipótesis específicas

1. En relación a la fundamentación teórica en los planes de comunicación de MAGAP, durante el último ciclo electoral no se ha producido una articulación coherente con los objetivos del Buen Vivir pensados desde el ámbito comunicacional. Por el contrario, se pueden encontrar planteamientos cercanos a la difusión de innovaciones que en la actualidad podrían llevarnos a hablar de neodifusionismo en la comunicación para el desarrollo en Ecuador.
2. Las mediaciones que se derivan de la puesta en práctica de las acciones comunicativas de MAGAP con los diferentes actores sociales a las que van dirigidas contemplan una participación restringida de estos, desaprovechando las posibilidades y oportunidades que la comunicación para el desarrollo ofrece a sus públicos objetivos, como la adquisición de destrezas, conocimientos, generación de sus propios productos comunicacionales y canales de acceso a la información.

VI. Estructura de la investigación

Este trabajo de investigación está estructurado en cuatro capítulos. La introducción presenta al objeto de estudio, entendido como la comunicación para el desarrollo en instituciones de gobierno; el campo de estudio, que hace referencia a la comunicación institucional en la que se encuentra inmerso el objeto; los objetivos principales y específicos; las hipótesis acompañadas por una descripción y justificación de su relevancia en el proceso de investigación. Además, se explica la metodología de investigación cuyas bases servirán como punto de partida para comprender los enfoques y criterios de selección de la muestra.

El primer capítulo recopila los aspectos históricos y contextuales, que permitirán comprender el escenario en el que se inserta este tipo de comunicación en el modelo de desarrollo que promulga el Plan del Buen Vivir y los Objetivos del Milenio, amparados por

las leyes contenidas en la Constitución de la República del Ecuador de 2008. Además, se examinarán las propuestas estratégicas creadas para impulsar la comunicación para el desarrollo, así como las disposiciones contempladas en la Ley Orgánica de Comunicación. Además, se observa al objeto de estudio a partir de un análisis coyuntural en el que intervienen políticas públicas, marco social e institucional bajo el cual se han concebido las políticas públicas de comunicación y ruralidad, a nivel de experiencias regionales y locales.

En el segundo capítulo se abordan y desarrollan las bases teóricas en las que se respalda la investigación. Los aportes de autores y estudiosos de la comunicación para el desarrollo y cambio social (Beltrán, Cimadevilla, Del Valle, Servaes, Freire, Gumucio y demás) serán clave para comprender su historia y cómo se integran el desarrollo y cambio social en una comunicación regida por agendas públicas y coyunturalmente políticas.

El tercer capítulo explica la metodología seleccionada, así como las técnicas de levantamiento de información y procesamiento de esta, debidamente justificados en su compatibilidad e idoneidad para trabajar el análisis de la muestra de estudio, compuesta por documentos oficiales y los testimonios de los principales actores vinculados al objeto.

En el cuarto capítulo se estudia la experiencia específica de MAGAP, a través de una contrastación y complemento entre los enunciados emitidos por los teóricos de la comunicación y la realidad que refleja la aplicación de programas de comunicación para el desarrollo a nivel de entidades públicas. De esta manera, se pretende poner sobre la mesa los debates en torno al objeto de estudio, a partir de los aportes de expertos en comunicación para el desarrollo y de los principales responsables de la aplicación de esta temática a nivel institucional, específicamente autoridades y equipo de MAGAP.

Un capítulo final expone las conclusiones principales, obtenidas a través del proceso de investigación sumado a un análisis que permite la comprobación o negación de las hipótesis y también recopila las conclusiones específicas, generadas a partir del análisis de los temas expuestos en los marcos contextual y teórico.

CAPÍTULO I

Antes de adentrarnos en el papel que actualmente juega la comunicación en el ámbito político-institucional en Ecuador, es necesario hacer un recorrido histórico por las principales etapas que marcaron hitos en el país, a partir de su nacimiento como Estado independiente y su inserción en una economía capitalista y agroindustrial, hasta llegar al punto de quiebre que significó la devaluación de la moneda nacional y marcó el inicio de la era de la dolarización.

Si se analiza la aseveración del economista ecuatoriano Alberto Acosta (2006) sobre que “no hay historia sin economía”, se puede afirmar que ambas constituyen aspectos de carácter social representativos en la formación de un Estado dinamizado y regido por modelos de producción, que evolucionaron de acuerdo con la coyuntura y exigencias de cada época.

A lo largo del presente capítulo trataremos, de manera sintética, de dar cuenta sobre el diálogo que se ha establecido desde el ámbito de la comunicación con la historia y la economía como disciplinas sociales, con especial atención a la incidencia de los factores económicos y políticos en los cambios de una comunicación que pretende acercarse a un modelo participativo, para transformar las actitudes y aptitudes de sus beneficiarios.

Así mismo, este apartado se detiene en el análisis de los cambios que supuso la llegada de la Revolución Ciudadana en 2007, cuya propuesta política se planteó como objetivos eliminar todo tipo de aglomeración de poder y promover un nuevo concepto de nación, a partir de una visión incluyente, multicultural, ancestral y de participación social, es decir, a partir del concepto del Buen Vivir, que supondría, entre otras cosas, un barrido sistémico de los modelos desarrollistas previamente implantados.

Dicho cambio de paradigma no fue indiferente al ámbito de la comunicación, que también se vio envuelto en una serie de reformas y regulaciones planteadas con el propósito de disminuir los oligopolios conformados por grupos de poder económico, dueños de los principales medios de comunicación en el país, a la vez que buscaba una mayor vinculación con los objetivos de desarrollo social que inspiraban el Plan Nacional del Buen Vivir.

1.1. El ámbito de la comunicación en Ecuador. Una retrospectiva inestable, caótica y fragmentaria

El historiador Juan Paz y Miño sitúa la entrada de Ecuador en la modernidad en el primer tercio del siglo XIX, coincidiendo con la construcción del Estado nacional republicano, caracterizado por un atraso estructural fruto de un:

[...] régimen oligárquico terrateniente, que vinculó las amplias capas de indios y campesinos bajo el dominio de una elite rentista de propietarios de haciendas, en una economía agrícola en la cual solo la Costa mantuvo alguna dinamia por la agroexportación y el desarrollo de un incipiente grupo de comerciantes, banqueros y manufactureros (Paz y Miño, 2006: 98).

Es así como el país daba sus primeros pasos bajo las sombras del dominio español, reflejadas en los latifundios y sus dueños quienes, según Enrique Ayala Mora, controlaban el poder regional a través de un sistema regional en el que

[...] en algunos lugares de la Sierra y Guayaquil se mantenía la esclavitud de los negros y la pequeña propiedad campesina, así como relaciones de corte precapitalista denominadas precarias. En las ciudades, concentradas en su mayoría en la Sierra, vivían grupos de artesanos y pequeños comerciantes con una cúpula de burócratas, clérigos y propietarios rurales (Ayala, 2008: 26)

Si bien los dos autores destacan la intervención y control por parte de las capas elitistas, Acosta afirma que las continuas presiones ejercidas por estos grupos de poder, que se constituyeron en demandantes incansables del paternalismo estatal, fueron un punto de constante distorsión, pues aquellos grupos enfocaban sus reclamos y demandas en medidas que les permitieran incrementar sus rentas, sin tomar en cuenta los aspectos y reformas necesarias para dar lugar a un mercado nacional sólido, productivo y competitivo (2006: 167).

Hasta inicios del siglo XX, Ecuador tenía el aspecto de un país aislado con una estructura social fragmentada, en la que la figura de las élites acaparadoras de la riqueza y el poder fungían como “la capa dominante” del país. Por otro lado, la capa dominada estaba

integrada, especialmente, por la población indígena, sometida a condiciones de vida casi tanto o más extremas que en la época colonial (Paz y Miño, 2006: 88).

Incluso el debut del país en la vida democrática estuvo caracterizado por la exclusión social, también como secuela de una actividad política e institucional concentrada en aquel grupo dominante. Al igual que en otros países latinoamericanos, esto se reflejó en la figura de dictaduras, caudillismos y las constantes disputas entre los partidos tradicionales: conservadores y liberales.

A su vez, mientras el nuevo Estado se organizaba, la participación política estuvo dirigida exclusivamente a un reducido grupo de notables, latifundistas que impulsaron un “proyecto nacional criollo”, para dar lugar a dichos caudillos. “Los congresos y órganos del gobierno eran fruto de una participación electoral limitada. Detrás de las fórmulas republicanas sobrevivía una sociedad jerarquizada [...] cuya autoridad se justificaba por derecho divino” (Ayala, 2006: 28).

Ante tal situación, lo que Paz y Miño denomina “institucionalización precaria” incidió en la conformación de una democracia débil, resultante de las variaciones entre constitucionalismo, dictaduras y golpes de Estado, esto sin dejar de lado las relaciones de conflicto con países vecinos, que tomaron años en ser resueltas, tal como fue el problema limítrofe con Perú que concluyó en el año 1998 (2006: 90).

Hacia fines del siglo XX, el país parecía inmerso en una crisis agudizada por una inestabilidad política, económica y social. En el aspecto político, a causa de los sucesivos cambios de gobierno y un multipartidismo dominado por numerosas figuras con intenciones corporativistas. En lo económico, debido al paso de un estado de producción ‘desarrollista’ hacia uno de tipo ‘empresarial’, lo que implicó el crecimiento del alto empresariado, excluyendo a pequeños productores. En el tema social, a raíz de la conformación de una clase media con acceso limitado a oportunidades que mejoren sus condiciones de vida o, a su vez, con marcadas desigualdades.

1.1.1. Ecuador de cara al siglo XXI: la Revolución Ciudadana como punto de inflexión

El punto álgido que detonó una de las mayores crisis de la historia del país se remonta a 1998 cuando la banca ecuatoriana colapsó en medio de un feriado bancario, que desembocó en el congelamiento e incautación de los depósitos de los cuenta ahorristas, dando paso a una de las mayores oleadas migratorias hacia Europa y Estados Unidos.

Paz y Miño considera este hecho como la mayor crisis económica del país y destaca, además, el impacto de la llegada de la dolarización: “Hay un promedio de 120 mil ecuatorianos que salían al exterior, pero que se frenó a partir del año 2004, cuando Europa impuso, con el visado Schengen, severas restricciones a la recepción ya no solo de migrantes latinoamericanos, sino de turistas y viajeros académicos” (2006: 97).

En 2008, la cifra de migrantes superó el 1 500 000 con un 60 % de ciudadanos que contaban con empleo en diversas actividades y profesiones, previo a su salida del país. “Fue del 2001 al 2002 cuando la emigración por motivos económicos llegó a su auge, al 32,7 % comparado con 15,0 % entre 1999 y el 2000” (El Universo: 2008).

Para esos años, el panorama político, económico e institucional de Ecuador presentaba una suma de agravantes arrastrados desde inicios de los 90, cuando se dio el primer levantamiento indígena en el país, que le otorgó fuerza a la figura indígena e incluso la despuntó como un referente político a nivel de América Latina (Paz y Miño, 2006: 95). A partir de ello, se abrió un primer camino que volcó la mirada hacia la aceptación de la multiculturalidad del Ecuador, contenida en la Constitución de 1998 en la que se reconoce la diversidad de culturas y etnias ecuatorianas.

Sin lugar a duda, la época de la crisis nacional no salía del ojo del huracán. Según David Harvey, “las crisis son esenciales para la reproducción del capitalismo y en ellas sus desequilibrios son confrontados, remodelados y reorganizados para crear una nueva versión de su núcleo dinámico” (2014: 11).

Lucas (2015) describe la situación y los agravantes del levantamiento. Hacia 2001, la represión militar resultó en la muerte de indígenas, al mismo tiempo en que se suscitaba una ruptura entre la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (Conaie) y el movimiento político de tendencia indigenista y anticapitalista Pachakutik. Con ello se

iniciaba una nueva época de lucha en defensa de las libertades y el rescate de los principios éticos que determinaron las relaciones sociales del país.

El significado de la palabra libertad, por ejemplo, estuvo durante mucho tiempo asociado con las posibilidades de intervención en el ámbito público. Las luchas de los obreros por mejores leyes laborales o la de los estudiantes por demandas educativas o de las feministas por los derechos de las mujeres eran una muestra de lo que se entendía como lucha por la libertad (*ibid.*: 34).

Sin embargo, la aparición y reconocimiento de la figura indígena en el escenario político se vio fuertemente afectada por su intervención en el derrocamiento de Jamil Mahuad y su posterior –pero no contradictorio- respaldo al fallido Gobierno de Lucio Gutiérrez.

A la par con la crisis política, la economía del país se vio afectada por los préstamos y financiamiento solicitados al Banco Mundial, al Fondo Monetario Internacional (FMI) y al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con el propósito de cubrir lo que Acosta define como ajuste estructural y ajuste sectorial (2006). A partir de estos desajustes políticos y sobre todo económicos, se evidenciaron los efectos de un neoliberalismo que impuso la creación de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) en respuesta a las presiones que ejercía el Banco Mundial en razón de aquellos préstamos (*ibid.*: 166).

De esta forma, los primeros años del siglo XXI fueron difíciles para la economía del país, tomando en cuenta que la existencia de un grupo menos favorecido y las políticas económicas de desigualdad no se eliminaron con el paso de los años y la inestabilidad política no aportó al mejoramiento de los niveles de vida de los ecuatorianos. La situación de Ecuador no era aislada, otras naciones de América Latina se enfrentaban a coyunturas similares. En países como Venezuela, la crisis económica y política propició la llegada al poder de Hugo Chávez, que impulsó un programa de inspiración socialista que prometía fuertes golpes contra el capitalismo y lucha para erradicar sus secuelas. Por su lado, Bolivia vivía un proceso de transformación de la mano de Evo de Morales, quien a partir de 2006 asumió la presidencia y planteó un modelo económico basado en la nacionalización de los

hidrocarburos, que más tarde conllevaría al crecimiento del mercado interno y reducción de la pobreza extrema en esa nación (Canelas, 2016: 93).

Los procesos de cambio político no estuvieron exentos de tensiones y contradicción. En 2002 se produjo un golpe de estado por parte de las fuerzas militares y la derecha venezolanas, provocando un levantamiento popular en Caracas y en todo el país, exigiendo la restitución del presidente Chávez. Es en este tipo de acontecimientos donde comienza a destacarse el papel estratégico de la comunicación en los procesos de consolidación del poder frente a la desestabilización política. Autores como Lucas cuestionan el accionar de los medios de comunicación respecto de la información y el contexto que se emitió al mundo en el caso venezolano:

Los grandes medios de comunicación de América Latina y del Ecuador escondieron y tergiversaron información y nunca denominaron al Golpe de Estado como tal. En ese sentido, el 12 de abril escribí un correo y lo hice público, al editor del diario *El Comercio* de Quito, Marco Arauz, reclamando que no reconocieran lo evidente (Lucas, 2015: 73).

Fue a partir de hechos como este, que el papel de Internet y la telefonía celular adquirió peso e impacto para convertirse en una de las principales vías alternativas de comunicación, con mayor acceso y alcance, en comparación con los medios tradicionales y monopolizados por los grupos de poder. Esta nueva alternativa también ha servido de herramienta aliada de convocatoria en levantamientos sociales a escala mundial. En el caso de Ecuador, el movimiento de los “forajidos”, cuyo levantamiento fue convocado a través de mensajes de texto y correos electrónicos para, posteriormente, dar paso a la salida del expresidente Lucio Gutiérrez.

De vuelta al contexto ecuatoriano, la credibilidad institucional se vio debilitada por el colapso financiero a causa del feriado bancario del 8 de marzo de 1999 y el paso de siete presidentes en diez años.

[...] frente a la magnitud del ajuste/desajuste, con todas sus secuelas sociales, no se hizo esperar la protesta. El gobierno enfrentó momentos críticos por los levantamientos indígenas y populares,

durante marzo y julio de 1999, en los cuales estuvo en juego hasta su propia estabilidad. La acción de los taxistas para bloquear las principales ciudades, sobre todo Quito, sacudió al país e incentivó las acciones de otros grupos sociales (Acosta, 2006: 190).

En efecto, aquel debilitamiento político y económico afectó por más de diez años al país y los ciudadanos perdieron la credibilidad en los políticos de turno. Fue entonces cuando la situación del país resultaba especialmente receptiva a la llegada de un nuevo concepto que recuperase la esperanza en un futuro mejor para todos los ecuatorianos.

Sin duda, la experiencia política conocida como Revolución Ciudadana supuso una reacción a los problemas económicos, sociales y políticos que aquejaban al país. El corporativismo integra la lista de varios de los aspectos que la Revolución Ciudadana ha catalogado como los principales causantes de la intoxicación en la que ha vivido el Ecuador por décadas, sumado a la presencia innegable de una desigualdad social que excluye y discrimina y una corrupción estructural que había debilitado el accionar eficaz del Estado.

1.1.2. La propuesta del Buen Vivir como proyecto de la Revolución Ciudadana

Con la llegada de Rafael Correa al poder, el 15 de enero de 2007, surge una nueva propuesta para contrarrestar la inequidad e injusticia, en donde primaba la dinámica social y económica del país. Es justamente, la Constitución de Montecristi aprobada en 2008, uno de los mayores reflejos de aquellos cambios ideológicos y nuevos planteamientos para concebir un nuevo Estado.

A partir de la aprobación de la Constitución también se planteó un nuevo modelo para el desarrollo económico, con base en una economía social y solidaria, en la que los derechos laborales y el talento humano serían el principal motor para el cambio productivo. La actual Carta Magna apostó por la reconstrucción de lo público y la reinstitucionalización del Estado, a través del establecimiento de una cuarta función –adicional a las tres funciones: ejecutiva, legislativa y judicial- que corresponde a la transparencia y control social. Es así que, la construcción de una nueva sociedad que persigue el Buen Vivir se sustenta en:

“Una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el Buen Vivir, el *Sumak Kawsay*; una sociedad que respeta, en todas sus dimensiones, la dignidad de las personas y las colectividades; un país democrático, comprometido con la integración latinoamericana –sueño de Bolívar y Alfaro-, la paz y la solidaridad con todos los pueblos de la tierra” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

De ahí que uno de los principales propósitos de la Constitución fue promover nuevos modelos de producción, consumo y organización de la vida en el país y, sobre todo, atenuar los rezagos del modelo desarrollista neoliberal que lo sumió en el retraso y dependencia implantados desde las corrientes del Norte. Así, el Plan Nacional de Desarrollo explica que:

Bajo la concepción del progreso, de la modernización y del desarrollo, opera una visión del tiempo lineal, en que la historia tiene un solo sentido, una sola dirección; los países desarrollados van adelante, son el «modelo» de sociedad a seguir. Lo que queda fuera de estas ideas es considerado salvaje, simple, primitivo, retrasado, pre-moderno (Senplades, 2009: 31).

Desde este enfoque se proyecta una Constitución “fiel a las demandas acumuladas en la sociedad ecuatoriana, consecuente con las expectativas creadas, responsable con los problemas globales” (Acosta, 2010: 05). Se perfila como una herramienta que hará posible la consecución de cambios estructurales, basados en propuestas que se han establecido durante años motivadas por la articulación de agendas laborales, políticas y sociales que congregan a las diversidades: pueblos indígenas, obreros, estudiantes, educadores, personas de todas las edades, géneros e ideologías.

A raíz de estos cambios en la concepción misma del Estado en su conjunto, se concibió un tipo distinto de desarrollo, lejano a las ideas neoliberales que lo relacionaron únicamente con el crecimiento económico, pero cercano a un nuevo paradigma que contempla el progreso en armonía con la naturaleza, entre seres humanos, donde el crecimiento despunte hacia aristas diversas e incluyentes, al *Sumak kawsay* o Buen Vivir.

Desde 2006 hasta 2008, el movimiento político Alianza País, liderado por Rafael Correa, elaboró un Plan 2009 – 2013 con el propósito de repotenciar las alternativas para el cambio, consolidadas en la Constitución de Montecristi, en donde se concibe al Estado como garante de derechos ciudadanos y principal responsable de fomentar una sociedad encaminada hacia los objetivos contemplados por el Buen Vivir, forjado con base en revoluciones y rupturas conceptuales impuestas a partir del Consenso de Washington, que planteaban enfoques desarrollistas neoliberales. En dicho documento se caracteriza al Buen Vivir como:

[...] parte de una larga búsqueda de modos alternativos de vida que han impulsado particularmente los actores sociales de América Latina durante las últimas décadas, demandando reivindicaciones frente al modelo económico neoliberal. En el caso ecuatoriano, dichas reivindicaciones fueron reconocidas e incorporadas en la Constitución, convirtiéndose entonces en los principios y orientaciones del nuevo pacto social.

El Buen Vivir es, por tanto, una apuesta de cambio que se construye continuamente desde esas reivindicaciones por reforzar una visión más amplia, que supere los estrechos márgenes cuantitativos del economicismo, que permita la aplicación de un nuevo paradigma económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva una estrategia económica incluyente, sustentable y democrática.

Es decir, una visión que incorpore a los procesos de acumulación y (re)distribución a los actores que históricamente han sido excluidos de las lógicas del mercado capitalista, así como a aquellas formas de producción y reproducción que se fundamentan en principios diferentes a dicha lógica de mercado (Senplades, 2008: 10).

Previo a la instauración del Plan Nacional de Desarrollo, el papel institucional del aparato estatal ecuatoriano resultaba distante hacia actividades promotoras de desarrollo social. Algunas de sus entidades, meramente operativas y técnicas, enfocaban su trabajo en el cumplimiento de planes anuales o estatutos orgánicos por funciones y procesos. Es a partir del establecimiento y aplicación de propuestas y planes de trabajo que se experimenta una transformación paulatina que apunta a alcanzar resultados forjados a través de ese nuevo modelo de vida propuesto por el Buen Vivir.

Estos cambios se visibilizan y evidencian en las entidades del aparato estatal, cuyo propósito plantea una separación entre la figura paternalista del pasado para proponer una misión emancipadora que parta de la información y la comunicación.

1.2. Las políticas de comunicación en el Buen Vivir

Para comprender las experiencias de la comunicación en la región es necesario tomar en cuenta sus vínculos y relaciones con el ámbito político, pues sus bases ideológicas se originan desde los proyectos de participación e intervención ciudadana, para visibilizar a los sujetos y sus identidades, desde una perspectiva contraria a la hegemonía de los poderes y medios dominantes (Contreras, en Sierra y Maldonado, 2016: 85).

La comunicación para el Vivir Bien/Buen Vivir en cambio, si bien se origina y construye en el campo político ciudadano, da un salto al político estatal, convirtiéndose en la base de las definiciones constitucionales y de programas de acción en países como Bolivia y Ecuador (Ídem).

Entendiendo al Buen Vivir como una propuesta distinta al significado colonial del desarrollo y sus sinónimos de modernidad, crecimiento económico y progreso, este nuevo paradigma supuso una transformación sustancial del conjunto de políticas públicas formuladas por el gobierno de la Revolución Ciudadana, que contemplarían: un debate sobre la propiedad de los medios; la democratización del acceso a la información; un diagnóstico sobre la lógica que rige las formas de producción de las industrias culturales y la propuesta de programas resultantes de la articulación Academia, Estado y organizaciones sociales (Contreras, 2014: 166).

La Comunicación para el Vivir Bien es una apuesta por la equidad y necesita políticas que la sustenten y que expongan en la agenda la necesidad de lo planteado en este punto: acceso a los medios con sistemas de propiedad equitativos que superen los monopolios; industrias culturales democratizadas; pactos entre medios estatales, ciudadanos y privados en favor de la democracia y de la vida plena; y políticas comunicacionales y culturales inclusivas de las diversidades (*ibid.*: 167).

Los cambios esperados en un país, en todos los ámbitos posibles, se pueden alcanzar según lo que plantea Beltrán, a través de las políticas públicas de comunicación establecidas como un conjunto de normas y principios que orienten a estas instituciones, al respecto señala:

Una Política Nacional de Comunicación democrática hace que las políticas parciales sean necesariamente explícitas, procure integrarlas por medio de consenso o conciliación y aspira a tener una duración razonablemente sostenida, sujeta sin embargo a evaluación y revisión constantes (1976: 04).

Desde la década de los 70, estudiosos, expertos y catedráticos latinoamericanos se conjuraron con el propósito de intercambiar propuestas y soluciones que hicieran posible una emancipación y posterior liberación de la región, respecto de los sistemas económicos y comunicacionales impuestos desde el modelo de dominación capitalista, implantado por los países desarrollados a finales de la Segunda Guerra Mundial, bajo un esquema capitalista de “arriba hacia abajo” (Beltrán, 2005: 63).

El autor considera que la comunicación reclamaba la necesidad urgente de contar con políticas nacionales, fundamentadas en conceptos y definiciones teóricas para guiar las conductas y el accionar de las entidades responsables del manejo de la comunicación a nivel de Estado.

Sobre lo planteado por Beltrán, su coterráneo, el sociólogo y comunicólogo Adalid Contreras (2014) comenta en su obra *Sentipensamientos: de la comunicación-desarrollo a la comunicación para el vivir bien*, la perspectiva de la experiencia latinoamericana de la comunicación desde un pensamiento crítico, es decir, una nueva forma de entenderla a partir de interacciones sociales, culturales, encuentros cara a cara entre los individuos y las sociedades en el marco de un fin común denominado el Buen Vivir.

Adicional a ello, Contreras (2016) señala que este nuevo paradigma comunicacional tiene dos incorporaciones claras en relación a las tradicionales definiciones de la comunicación: el elemento político y la espiritualidad, es decir, la cosmovisión, que para el vivir bien es fundamental, enfatiza que esta comunicación del Buen Vivir debería sentirse,

pensarse y reproducirse no solo como una comunicación rural, comunitaria o indígena, porque este paradigma debería atravesar las sociedades, tecnologías y formas de comunicación.

Para comprender la comunicación promulgada desde el paradigma del Buen Vivir, Contreras (2014) afirma que la comunicación para el Buen Vivir se debe hacer desde dos escenarios políticos: ciudadanía y Estado. “La Comunicación para el Vivir Bien debe situarse en una posición articuladora, no dejar nunca el origen, el momento constitutivo y la propuesta que está en la ciudadanía y que debe hacerse política pública” (Coral, 2014).

A decir de Martín Barbero hoy en día se perfilan tres campos estratégicos para la investigación en comunicación a nivel de América Latina: “el orden o estructura internacional de la información, el desarrollo de las tecnologías que fusionan las telecomunicaciones con la informática, y la llamada comunicación participativa, alternativa o popular” (1980: 10).

Dentro de este paradigma del Buen Vivir, la comunicación para el cambio social se destaca por una característica crítica que cuestiona la existencia de un desarrollo sin la participación de los involucrados directos. Es más, la comunicación para el cambio social, según Alfonso Gumucio promueve una participación comunitaria efectiva, especialmente entre los sectores rurales y pobres (2011: 28).

En este contexto, se retoma lo planteado por Contreras, quien asegura que la comunicación para el Buen Vivir demanda de estructuras políticas y legislativas que brinden a la ciudadanía las oportunidades necesarias para generar diálogo entre sectores. “La característica de la comunicación para el Vivir Bien, con o sin legislación, es que no buscamos oposiciones sino más bien complementariedades en función de una vida digna” (Coral, 2014).

El derecho a la comunicación en la construcción de una nueva era es componente sustancial del Vivir Bien y para aportar a un mundo nuevo debe reflejarse en normas y en prácticas donde sea posible la reversión de la concentración de la propiedad, eliminando los monopolios y permitiendo la participación ciudadana en la emisión de su propia palabra. Se requieren marcos normativos que promuevan mensajes por la responsabilidad social e individual, la ética y la vida. El derecho a la

comunicación es un derecho complejo compuesto, a su vez, por una serie encadenada de otros derechos: el derecho a la información, los derechos culturales, los derechos de protección, los derechos colectivos, los derechos de participación y los derechos a la autodeterminación (*ibid.*: 170).

Bajo la consigna de democratizar la comunicación y frente a la necesidad de contar con una normativa que refleje al Estado como el principal garante de derechos ciudadanos, el gobierno de la Revolución Ciudadana promulga la Ley Orgánica de Comunicación² (LOC) como una respuesta y alternativa que regule y desmonopolice la figura mediática que rigió en Ecuador. Sobre todo, la Ley ejemplifica la aplicación del derecho a la comunicación, pues articula obligaciones para medios y autoridades pero también contempla derechos y garantías para los ciudadanos, con base en principios de: participación; no discriminación; acción afirmativa, a través de políticas de acceso a información; de interculturalidad y plurinacionalidad, que integren y difundan la cosmovisión y cultura de las comunidades en sus diversas extensiones; derechos de la niñez y adolescencia y principios de transparencia (*ibid.*: 171).

La LOC contempla, como principios fundamentales para democratizar la comunicación, la participación de todas las agrupaciones y conglomerados de pueblos en la realización y ejecución de acciones vinculadas con los procesos de comunicación, y la corresponsabilidad entre ciudadanía y Estado en el cumplimiento de derechos y obligaciones establecidos en la ley (FEC, 2013: 245).

1.3. La participación como eje de la comunicación para el desarrollo en el Buen Vivir

Uno de los principales beneficiarios de los programas de comunicación para el desarrollo y el cambio social en América Latina son los sectores del agro y las zonas rurales. Es por esto que entender a la comunicación como un derecho de estas comunidades para acceder a la información, generar conocimiento y aptitudes que fortalezcan el trabajo

² La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador fue aprobada el 14 de junio de 2013, en el pleno de la Asamblea Nacional, con la participación de 136 asambleístas. Los 119 artículos contenidos en esta ley se encuentran disponibles en:

http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf

de las instituciones rurales y sus actores, dependerá de la efectividad y los resultados que reflejen la correcta implementación de nuevas y mejores políticas integradoras, que favorezcan el acceso a la comunicación rural.

Así lo plantea el estudio realizado a partir del 24° Foro en línea e-Agricultura (2014), liderado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). En este documento se destacan las propuestas y opciones de política e iniciativas estratégicas que promuevan los derechos y servicios a la comunicación rural y, de esta manera, fomenten la agricultura familiar y el desarrollo rural.

Tal como lo describe la FAO, en su trabajo “Comunicación para el desarrollo rural. Directrices para la planificación y formulación de proyectos” (2016), la comunicación para el desarrollo propone la participación activa de los actores y beneficiarios durante todo el proceso, mediante la aplicación de alternativas y medios que vayan desde el uso de radios comunitarias hasta las bondades de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), como un punto clave de trabajo equitativo que permita el acceso a la información, así como el intercambio e intervención de los agricultores y comunidades rurales en la toma de decisiones (*ibid*: 01). El estudio señala:

La Asamblea General de las Naciones Unidas (A/RES/50/130, 1995) reconoció “el papel fundamental de la comunicación en la implementación exitosa de los programas de desarrollo dentro del sistema de las Naciones Unidas” para facilitar y mejorar la interacción necesaria entre los diferentes actores involucrados en el desarrollo, incluyendo las Naciones Unidas, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales (*ibid*.: 05).

MAGAP es la institución responsable de “regular, normar, controlar y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país”³, su misión es promover acciones para el desarrollo rural y crecimiento de la agricultura familiar campesina del país. Sobre ello, Acosta (2010) recalca:

³ Información tomada de la página web oficial del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP). Enlace disponible en <http://www.agricultura.gob.ec/valores-mision-vision/>

La mayoría de nuestros países tienen la capacidad de producir alimentos para satisfacer la demanda interna, tenemos que desmontar uno de los fetiches del modelo neoliberal del Consenso de Washington, aquel que nos obligaba a ser buenos produciendo y exportando bienes en donde tenemos ventajas comparativas, marginando la producción campesina y la biodiversidad (2010: 94).

La propuesta de MAGAP parte de un proceso en el que se estima capacitar entre 50 a 100 técnicos facilitadores de campo, para que estos, a su vez, sean responsables de la capacitación de alrededor de 2000 trabajadores del agro ecuatoriano.

A partir de mayo de 2016, la Dirección de Comunicación Social de esa entidad estructuró una planificación estratégica para intervenir en su campo de acción, a nivel nacional, a través de una propuesta de comunicación para el desarrollo con un enfoque participativo.

La naturaleza de dicha institución está estrechamente relacionada con el sector del agro, el campesinado ecuatoriano, los pequeños productores del campo. Por ello, la institución se planteó el reto de implementar una propuesta que integre a los productores del agro como actores principales en la generación de información y planes de acción comunicacional en territorio.

En este contexto y para conseguir aquel propósito, entender los conceptos de integración y participación resultan de vital importancia para comprender todo este cambio de forma de vivir y pensar que, según Ramírez

Nuestro concepto de Buen Vivir nos obliga a reconstruir lo público para reconocernos, comprendernos y valorarnos unos a otros— entre diversos pero iguales— a fin de que prospere la posibilidad de reciprocidad y mutuo reconocimiento, y con ello posibilitar la autorrealización y la construcción de un porvenir social compartido (Senplades, 2009: 387).

Contreras por su parte advierte de que la comunicación para el Buen Vivir demanda una estructura sólida, forjada a base de políticas de comunicación, legislativas, culturales. “[...] La característica de la comunicación para el vivir bien, con o sin legislación, es que no buscamos oposiciones sino más bien complementariedades en función de una vida digna” (Contreras, 2014).

El proyecto de MAGAP, apostó por la participación y empoderamiento de los actores territoriales, pues son ellos quienes emiten directamente las necesidades y voces de quienes trabajan en el campo, ya sea de forma individual o en asociaciones. Es entonces cuando el cambio social empieza a familiarizarse con el equipo de trabajo de la institución para, posteriormente, convertirse en el punto focal de acción. El hecho de que la comunicación para el desarrollo alcance terreno dentro de las unidades de comunicación social institucionales, no implica y no debe representar amenaza alguna para las tareas y actividades informativas que se han desarrollado desde siempre.

Es así que, en el caso particular de MAGAP, su proyección a corto plazo contempló la implementación y desarrollo de un modelo de gestión con base en sistemas de información y comunicación, con el propósito de facilitar la reproducción de este ‘capital cognitivo’ al que se refiere Ramírez.

Sucede que el régimen de acumulación en el presente ha comenzado a aprovechar intensivamente el conocimiento como la más importante fuente de valor agregado; de manera que en la actual “sociedad de la información” el conocimiento tiene un precio cada vez más alto (2016: 160).

Según León, refiriéndose al caso ecuatoriano, al Estado le compete no solo asegurar que se cumplan y respeten los derechos que establece la Constitución, sino que está obligado a garantizar el cumplimiento de los derechos de comunicación e información (2013: 244). No obstante, la realidad difiere de lo deseable. Remitiéndonos a los resultados contenidos en la declaración final del “Foro Regional Comunicación para la Agricultura Familiar y el Desarrollo Rural Sostenible”, que tuvo lugar en Quito en el año 2016 bajo el auspicio de la FAO, AMARC y Ciespal, estos ponen al descubierto una ausencia de componentes y programas para el fomento de servicios de comunicación pensados desde las necesidades de las comunidades rurales, así como la ejecución de acciones y planes flotantes que carecen de políticas públicas o estrategias que los respalden. Adicionalmente, esta declaración contiene los siguientes puntos:

Se subrayó la falta de coordinación intersectorial entre las instancias gubernamentales que norman el sector agrícola y de desarrollo rural y el sector de los medios y telecomunicaciones, así como la importancia de la participación de la sociedad civil y de las mismas organizaciones de productores en la definición y puesta en marcha de servicios de comunicación rural que beneficien la agricultura familiar. La ausencia de políticas públicas y marcos institucionales que fomenten servicios de comunicación rural inclusivos y orientados a las demandas limita el potencial de desarrollo de los pequeños productores, los agricultores familiares, los pescadores artesanales, los jóvenes y mujeres rurales, los pueblos indígenas y originarios del continente, fomentando la migración hacia las áreas urbanas por falta de servicios adecuados, lo que incide desfavorablemente en la brecha de información y la necesaria igualdad de oportunidades de participación de la población rural (FAO, 2016).

La experiencia de la FAO en la aplicación de la comunicación para el desarrollo puede evidenciarse en su proyecto “Fortalecimiento para la Preparación y Resiliencia Comunitaria para Desastres Naturales en República Dominicana, Haití y Jamaica”, en el que la comunicación fue un elemento transversal y en el que se destaca que

[...] los pequeños agricultores y pescadores fueron los actores principales de la comunicación. Las instituciones locales, medios de comunicación y responsables también estuvieron involucrados en el desarrollo de estrategias nacionales y planes locales de CpD que daban prioridad a la concienciación, el intercambio de información, la documentación y el apoyo a la participación de los actores en el proceso general de Gestión del Riesgo de Desastres Agrícolas (GRDA) (FAO, 2016: 09).

Por su parte, Cimadevilla afirma que el estudio de lo rural, concebido como centro del desarrollo humano, ha sido punto de interés de intelectuales a partir del surgimiento de lo urbano, interpretado como el opuesto a lo rural, señala “[...] pero reconocida la ciudad o los poblados como tal, los escenarios rurales convocaron interrogantes, manifestaron especificidades y sirvieron de parámetro para diferenciar a las nuevas organizaciones sociales de aglutinación” (2004: 157). Asimismo, el autor recalca:

La idea de intervención, por tanto, fue clave para el escenario de acción en el que lo comunicacional tuvo y dio sentido a la posterior especialización de los estudios. Se trataba, nada más ni nada menos, de observar cómo los sujetos sociales reaccionaban ante la propuesta del cambio. La incorporación,

adopción, compra, adhesión, negación o rechazo de una idea, método o producto invadió entonces los campos de análisis, experimentación y verificación en terreno y el surgimiento y la expansión de las ‘máquinas de comunicar’ –como la radio- abonaron los interrogantes y las inquietudes por saber más sobre el poder de manipular, persuadir o simplemente influir sobre la gente (*ibid.*: 163).

1.4. Desarrollo rural y comunicación para el Buen Vivir

Como “una propuesta de política que transforme las condiciones de vida de la población” (VV. AA., 2004: 141), así surge una vertiente en el cauce del concepto global del desarrollo, caracterizada por funciones normativas y estratégicas para direccionar y marcar las acciones de trabajo implicadas en la dinámica del cambio social. De esta manera, el desarrollo local se promocionaba como el nuevo paradigma que conseguiría hacer frente a las consecuencias y efectos de la globalización en las poblaciones periféricas. Este nuevo paradigma presentó características relacionadas con sus orígenes desarrollistas, en las que primó la búsqueda por alcanzar el crecimiento económico de las zonas marginadas, a través de la inserción de modos de producción y circulación de bienes, bajo la presunción de que ambas acciones conseguirían emparejar las condiciones de las zonas periféricas respecto de las urbanas, que presentaban una amplia ventaja.

Para los años 70, la principal premisa de acción de organismos internacionales como la CEPAL y Naciones Unidas giró en torno a la búsqueda de soluciones a la problemática entre desarrollo y subdesarrollo. Para ello, propusieron un análisis y revisión de la estrategia internacional de desarrollo e introdujeron una nueva categoría: el desarrollo integral, una apuesta que, además del análisis económico, integraba un factor social y constituiría la fórmula efectiva para garantizar el bienestar humano y erradicar aquellas diferencias (VV. AA., 2004: 143).

En este contexto, fueron creados indicadores como el nivel de educación, condiciones de vivienda y otros que permitirían evaluar las condiciones de vida de dichas poblaciones y los efectos de la aplicación de políticas públicas. Entonces, un nuevo modelo empezó a contemplarse a partir de una categorización a la que se denominó desarrollo sustentable que, hacia los años 90, tomaría una nueva forma conceptual otorgada por el

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)⁴: el desarrollo humano, la última versión del desarrollo, basada en la equidad y el libre acceso a la salud, educación y vivienda digna, considerados como aspectos determinantes en el proceso de “empoderamiento y sentido de pertenencia” de los habitantes respecto de sus localidades. Es entonces cuando el papel de lo rural empieza a ser concebido como el punto focal desde el cual iniciarían los procesos y estrategias de desarrollo.

En efecto, el cambio de las estructuras sociales, lejos de ser sólo un proceso acumulativo en el cual se agregan nuevas “variables” que se incorporan a la configuración estructural, implica fundamentalmente un proceso de relaciones entre los grupos, fuerzas y clases sociales a través del cual algunos de ellos intentan imponer al conjunto de la sociedad la forma de dominación que les es propia (Cardoso y Faletto, 1977: 08).

Desde esta perspectiva, el desarrollo local encuentra su potencial de acción a través de los recursos económicos, sociales y humanos que constituyen el desarrollo global del que gozan inicialmente las zonas en las que se implantará el desarrollo local. Esto constituye un proceso de crecimiento que presenta tres aristas: económica, para incrementar la competitividad productiva; sociocultural, con fuerte presencia institucional y política – administrativa, forjada en la participación e iniciativas propias de cada localidad (Vázquez Barquero, 1998: 03). Además, esta implantación del desarrollo local significaría el inicio de un trabajo de abajo hacia arriba, es decir, desde las poblaciones más pobres, y aquel trabajo también conllevaría acciones relacionadas con la identidad cultural, el acceso a educación y los demás aspectos en los que los sujetos se empoderan como agentes de cambio social. El territorio deja de ser considerado un punto geográfico y espacial para ser interpretado como el eje principal de un desarrollo humano que surge de manera endógena, sin que ello

⁴ Información y datos obtenidos de la página oficial del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Este programa ha establecido Objetivos de Desarrollo Sostenible que apuntan a estimular el crecimiento económico sostenible mediante el aumento de los niveles de productividad y la innovación tecnológica. Enlace disponible en <http://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/sustainable-development-goals/goal-8-decent-work-and-economic-growth.html>

represente un bloqueo hacia las facilidades o beneficios que los recursos exógenos puedan aportar.

Sin duda, aquel giro hacia lo local estuvo inmerso en conjuntos de relaciones resultantes de aquella interacción económica, social y cultural, en la que la comunicación y sus medios juegan un papel determinante, pues “en la medida en que la identidad y la problemática local son expuestas por y ante los medios de comunicación, son también coproducidas entre la sociedad local y los medios que las comunican” (García Canclini, 1995: 114-116).

En esta dimensión de los procesos de construcción de la identidad y del proyecto local es donde cobra fuerza la conexión con la comunicación, en cada una de estas instancias hay necesidades de herramientas y hechos comunicacionales a distintos niveles. Es decir, se requiere de una estrategia de comunicación que, por un lado, apoye las dinámicas de participación de los distintos actores locales y, por el otro, contribuya a fortalecer el sentido de pertenencia territorial y de proyección hacia el futuro de la sociedad local (VV. AA., 2004: 158).

Hacia el final de los 90, la comunicación para el desarrollo entró en la mira de autores y estudiosos que propusieron redefinirla y reorientarla hacia una nueva categoría que rompiera con la tradicional concepción colonial del desarrollo y, con ello, dar paso a una comunicación que se constituya en un proyecto a largo plazo, donde el diálogo y la participación fueran la clave de un cambio social.

Comunicación para el cambio social es el proceso de diálogo público y privado a través del cual las personas definen quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden actuar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas (GrayFelder y Deane, 1999).

Sin embargo, según Barranquero (2012), la comunicación para el cambio social carece de cuestionamientos que planteen una crítica profunda a aquellas concepciones de desarrollo que fueron su punto de partida. De hecho, aquella propuesta de un nuevo modelo de comunicación pareciera no haber sido planteada desde una mirada analítica y reflexiva sobre la evolución del mismo término ‘cambio social’.

No basta, pues, con acuñar nuevos términos, cuando lo que hay detrás es todo un recorrido en el que [...] la palabra cambio social comenzó a remplazar a otra que entró en desuso, pero [...] sin saber hasta qué punto su proyecto político e ideológico sigue conservando su raíz inicial (*ibid.*:2009: 594).

De esta manera, la comunicación para el cambio social recurre al factor endógeno sin despegarse, totalmente, de aquel exógeno que ha estado envuelto por el desarrollo capitalista y sus efectos sobre los recursos naturales. Es decir, la comunicación no tiene que ser obligatoriamente utilizada como un mecanismo que direcciona cambios, sino como una vía que articule “[...] antiguas y nuevas cosmovisiones y modos de vida, acordes con la solidaridad comunal y con la sostenibilidad de vida humana sobre la tierra” (*ibid.*:2012: 67).

La raíz etimológica de la palabra comunicar hace referencia a lo común, a una organización “presubjetiva y simbólica del mundo” (Sierra, 2016: 122). En este sentido, surge una comunicación pensada desde aquella reorganización que trascienda los rasgos y enfoques del desarrollo y proponga una nueva era en la humanidad. Una comunicación que supere la antigua tradición de asociar al concepto de crecimiento con el factor económico y materialista, sino que surja en aras de lo que plantea el nuevo paradigma de bienestar y armonía entre pueblos y del respeto de los pueblos hacia su entorno natural. Así, surge una comunicación para el Buen Vivir como un antídoto frente a lo que Contreras (2016) denomina los “siete pecados capitales del capitalismo”: el valor del cambio sobre el de uso; el neocolonialismo xenófobo y racista; el patriarcado; el abuso continuo y desmedido de los recursos del ecosistema; el individualismo egoísta; un desarrollo asociado con crecimiento económico y una comunicación convertida en mercancía (Contreras, 2016: 63).

Al retomar las epistemologías del Sur, Boaventura de Sousa Santos (2011) habla de un Sur integrado por aquellos pueblos que polarizados por grupos de poder provenientes de un Norte que materializó aquellos siete pecados de los que habla Contreras. “Las epistemologías del Sur son las luchas de aquellos grupos sociales que vivieron la represión y discriminación y ahora buscan reivindicarse desde nuevas maneras de pensar, actuar y expresarse” (2016: 64).

Hablamos de algo nuevo, donde la gente pueda comunicarse, aprender los unos de los otros y optar incluso por salir de una identidad cultural a otra, o tener varias identidades plurales. Muchos de nosotros tenemos varias identidades plurales, no una (Quijano, 2010: 65).

Pero, ¿qué entendemos por comunicación para el Buen Vivir? Contreras la define como un “proceso de construcción, deconstrucción y reconstrucción de los sentidos sociales, culturales y políticos” (2014: 81) que tenga lugar en un contexto de armonía interior-individual, colectiva-social y ambiental, que surja como una contrapropuesta hacia los pecados que el capitalismo impregnó en las sociedades.

Como parte de este proceso, los discursos se piensan primero y luego existen, a partir de la participación y actuación activa de aquellos grupos que fueron invisibilizados a causa de las corrientes y efectos de un capitalismo excluyente; además, toma en cuenta las significaciones de signos y manifestaciones provenientes desde las esferas pública y privada, así como de las relaciones entre Estado y ciudadanía. Entonces, el rol de la comunicación da un nuevo giro para realizar una mirada introspectiva que quizá tiende a relacionarse con las propuestas endógenas del trabajo desde abajo, que habían sido planteadas en los inicios de la conceptualización e implantación del desarrollo local. “Esta oportunidad es especialmente útil para todos aquellos profesionales de la comunicación cuya eficacia depende de su habilidad para influir en las mentes de los demás” (Ferrés, 2017: 02).

En la comunicación para el Buen Vivir se distinguen y categorizan los objetivos, para romper con aquel modelo de comunicación difusionista y asistencialista implantado por el desarrollo en sus diversas corrientes y épocas. Se trata, entonces de tender puentes y tejidos de comunicación (Del Valle, 2007: 114) y solidaridad, que facilite las mediaciones y articule la información con contenidos generados desde las necesidades de los necesitados, para que sean visibilizados y ocupen espacios no en la agenda de los medios tradicionales y globalizados, sino desde el surgimiento de nuevos canales de información, cuyos responsables demuestren su sentido solidario y la convicción de facilitar la apertura a un trabajo abierto y conjunto entre los actores sociales relacionados.

“Desde este punto de vista, necesitamos una ampliación simbólica de los saberes, las prácticas y actores comprometidos en la mediación social, reconociendo el principio de complementariedad y el saber-hacer en común (Sierra, 2016: 125).

[...] La comunicación para el Buen Vivir busca la dignificación de la vida y la palabra. [...] Este tipo de comunicación no es impersonal ni masiva. Por el contrario, personaliza, convoca, apela, demanda y promueve formas diagonales de comunicación (Contreras, 2016: 78).

Desde una postura contrahegemónica, la comunicación para el Buen Vivir surge como una alternativa de visibilización de los sujetos, que promueve su participación y, por ende, contribuye al fortalecimiento de las organizaciones de sociales. Esta comunicación, pese a surgir en medio del contexto político ciudadano, logra ligarse al campo político estatal para integrar y estructurar proyectos y planes de acción, tales como los desarrollados en Ecuador y Bolivia.

Casi todos los derechos que integran el Buen Vivir son derechos sociales, excepto los derechos a la comunicación e información. Pero al mismo tiempo, no todos los derechos encasillados como sociales en el marco internacional, constan en el buen vivir, como es el caso del derecho a la protección a la familia (Silva, 2008: 31).

Sobre la comunicación y su figura en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017, la Constitución de 2008 otorgó primacía a los derechos sociales, es decir, lo colectivo sobre lo individual, a partir de la noción del *Sumak kawsay* o Buen Vivir (Grijalva, 2011). De esta manera, como se especifica en el artículo 83, las personas tienen la responsabilidad de buscar el bien común antes que el individual (Constitución de la República del Ecuador, 2008: 59).

En esta Constitución, la comunicación deja de ser vista como una cuestión instrumental y regida por las reglas del mercado [...] [Se] reconoce el derecho a la comunicación como parte de los derechos del Buen Vivir, es decir, como algo necesario para tener una vida digna entendida de forma integral (Acosta, 2010: 161).

A su vez, la Constitución de 2008 aclara que derecho a la comunicación y derecho a la información difieren en cuanto establece como principios de la comunicación: libertad, interculturalidad, inclusión, diversidad y participación; respecto de la información, ratifica este derecho a acceder, producir o intercambiar información veraz, plural, contrastada, verificada y con responsabilidad ulterior (Silva, 2008: 144). Tal como lo propone Contreras, solo cuando partamos de los sujetos, su palabra y experiencias será posible la implementación de prácticas de comunicación para el Buen Vivir (2016: 77).

CAPÍTULO II

2.1. La comunicación para el desarrollo. ¿Una reedición del desarrollo?

De cara a la realidad de una sociedad históricamente dominada por el capitalismo, la última década latinoamericana vio nacer movimientos con una evidente inclinación hacia ideales sociales y colectivos, opuestos a aquellos intereses individualistas que fueron producto de una dominación egoísta y hegemónica impuesta desde el norte, para plasmar una propuesta que hiciera frente a aquel modelo.

Con una mirada hacia el pasado y considerando conocimientos y creencias ancestrales, estos colectivos presentan una estrategia que abriría los ojos a una sociedad consciente respecto de su entorno natural y que, además de respetar, fomenta su interculturalidad. Pero este cambio deberá trascender los plazos y materializarse en la consecución de una nueva sociedad que deje de lado aquella dependencia propia del neoliberalismo.

Para ello, según Boaventura de Sousa Santos (2011) es imperativo un cambio de pensamiento, que implique un “sentir pensando” expresado en acciones que den un giro a la interacción entre el ser humano y todo su entorno, alejadas de aquellas formas de vida y relaciones regidas por el factor económico asociado a un crecimiento materialista. Sobre ello, afirma que es en el Sur del continente donde se gestan las epistemologías que conciben al individuo como un todo autónomo que encuentra su autonomía en el reconocimiento de la naturaleza como esencia y proveedora de vida.

En esta nueva ola ideológica, la comunicación como proceso no ha sido indiferente a las diversas corrientes que han incidido en la evolución de la sociedad y ha experimentado etapas en las cuales su naturaleza y objetivos debieron adaptarse a la coyuntura social, económica y política de las naciones.

Varios autores plantean que hablar sobre desarrollo requiere, obligatoriamente, realizar un recorrido histórico por las primeras intervenciones del Estado sobre los pueblos. Aquella intervención, a decir de Gustavo Cimadevilla, constituyó el punto de partida de acciones y medidas enfocadas en alcanzar el tan idealizado progreso, para posteriormente

conformar una idea de desarrollo a la cual define como una “forma dominante de intervención en sus diversas acepciones” (2004: 111).

A lo largo de este capítulo, se sistematiza esta propuesta de revisión histórica, partiendo de las principales definiciones de desarrollo y, con ellas, las corrientes originadas a raíz de los modelos que fueron establecidos de acuerdo con los objetivos de cada época e influenciados por una suerte de conciencia, según la cual solo se podría alcanzar el desarrollo a través de la adquisición de conocimiento como motor de progreso.

La evolución de las diferentes teorías de desarrollo obedece a un proceso dialéctico entre historia y teoría, desde acontecimientos que dan origen a constructos sociales como la nación, en su transición del medioevo hacia el renacimiento, hasta nuevos paradigmas de bienestar social y personal como el Buen Vivir.

Así como Rosa María Alfaro expresa que las décadas del 60 y 70 evidenciaron fracasos y logros de una comunicación para el desarrollo, aquellas experiencias permitieron reconocer que la comunicación es algo más que los medios de comunicación y que “crecimiento sin equidad no es desarrollo” (1993: 07). Por ello, la comunicación para el desarrollo tiene la consigna de promover mejoras en la calidad de vida de la ciudadanía, a través del fortalecimiento de una identidad social con pensamiento e intereses colectivos.

Junto con aquellas corrientes de desarrollo, surgieron modelos de una comunicación que adaptó sus estrategias y canales a aquel propósito por conceptualizar la acción de comunicar, vista no solo como una materia tecnológica y masiva, sino como el punto focal que permitiría captar el interés de los sectores responsables de crear política pública y las condiciones que conlleven a superar los niveles de pobreza en la región.

2.1.1. El tan anhelado desarrollo y sus mutaciones en el tiempo

La problemática del desarrollo, hija del siglo XX, se ha planteado y discutido desde diversas corrientes de pensamiento, perspectivas y caracterizaciones. Desde el liberalismo clásico hasta el marxismo. Desde la unidimensionalidad de la economía hasta el holismo ecológico. Desde el espacio internacional hasta el local; renovándose siempre como posibilidad política, falacia o utopía, discurso legitimador o crítico. Reflejando la tensión inacabable de los valores miradas e intereses de unos y de otros (Cimadevilla, 2004: 99).

Si bien, en la década de los 40 y a partir del discurso del entonces presidente de Estados Unidos, Harry Truman, las naciones hegemónicas del Norte y Europa Occidental se propusieron implantar su modelo de desarrollo en las naciones menos avanzadas del Sur y del resto del mundo, aquella idea parecía haber pecado de ambiciosa pues contemplaba implantar altos estándares de industrialización, que garantizaran un incremento en los niveles de vida y producción de aquellas poblaciones. Según Truman, solo a través del capital de producción científica y tecnológica se podría alcanzar aquel sueño. Sin embargo, “en vez de la tan anhelada transformación, parece que el desarrollo solo hubiera logrado multiplicar al infinito los problemas socioeconómicos de Asia, África y América Latina” (Escobar, 2007: 11).

Al respecto, Cimadevilla propone tres categorías de desarrollo, diferentes en su naturaleza y razonamientos: el desarrollo económico de los años 50, el desarrollo económico-social de los 60-70 y un desarrollo integrado de los años 80 (2004: 116). Posteriormente, autores como Juan Díaz Bordenave (1995) agregan una nueva categoría a la que se denominó desarrollo neoliberal, para hablar de la década de los 90. Ambos autores consideraron la injerencia de lo político en las corrientes de pensamiento que interactúan para dar sentido al capitalismo.

En cuanto reacción al planteo unidimensional de “mero crecimiento económico”, el desarrollo pasa a concebirse como un complejo proceso ligado a la estructura social como un todo. Ya no es solamente crear industrias o facilitar créditos y tecnologías, es también apoyar a la educación y el bienestar social. La creación de instituciones como CEPAL, ALALC y la actuación de la Alianza para el Progreso, FAO y ONU instalan esta perspectiva (Cimadevilla y Severina, 1993).

Aunque Escobar (1998) menciona que el discurso de Truman pudo ser considerado como el axioma que dio inicio a políticas y proyectos de desarrollo en el continente, el concepto de desarrollo en sí no puede ser completamente atribuido a aquel proceso de “reestructuración geopolítica norteamericana o del sistema mundo de aquel entonces” (Quintero, 2012a).

Al ser un metarrelato interiorizado en la subjetividad del sistema cultural de la sociedad actual, el término desarrollo, así como sus pares progreso, evolución y modernidad, constituye una prolongación del conocimiento y significados bajo los cuales la realidad y el mundo son concebidos. Sin dejar de lado que el desarrollo continúa siendo considerado como el eje operativo propio de un capitalismo inconcebiblemente lejano de los modos de producción mercantilistas.

Al parecer, su significación metafórica comenzó a constituirse durante el siglo XVIII en el sentido de “desarrollar las facultades de la mente humana” (Williams, 2000: 98). Para fines de ese mismo siglo, la palabra se amplía para caracterizar ciertos procesos de los seres vivos relacionados con el “crecimiento natural”.

La idea moderna de desarrollo refiere así a un proceso de cambio social general, formulado en sentido positivo y natural, y temporalmente progresivo y acumulativo, que no está ligado al azar sino que por el contrario sigue ciertas reglas y etapas específicas y continuas que se suponen universales. Como se ha visto, esta idea no es sólo el término descriptivo de un proceso, sino además un artefacto mensurador y normatizador de las sociedades (Quintero, 2013:73).

Para el siglo XIX, el liberalismo dominante vinculó al desarrollo con factores y sucesos económicos pues asoció al término con procesos de industrialización y comercialización de bienes. Pero aquella concepción no aparece únicamente concentrada en la economía, sino también entrelazada con las dimensiones sociales, culturales y políticas en las que los seres humanos sean artífices de su propia independencia, en una fusión entre los mundos individual y colectivo (Alfaro, 1993: 11), siempre y cuando el hombre tome consciencia para reconocerse y convertirse como un sujeto agente de aquel desarrollo.

En ese mismo siglo, surgen dos corrientes ideológicas que despuntaron aquel concepto desarrollista: un idealismo alemán representado por Hegel, que evocó a la realización del espíritu universal y, a la par, una idea de desarrollo explicada desde la evolución social, regida por una industrialización determinada a excluir todo fragmento social que no obedeciera sus condiciones (Quintero, 2013: 73).

Este debería basarse en los estímulos del mercado interno y en la diferenciación del sistema productivo industrial, lo que conduciría a la creación de una industria propia de bienes de capital. [...] Sin embargo, la expansión del mercado interno debería asegurar por sí sola el desarrollo continuado. La instalación de “industrias exportadoras” seguiría siendo necesaria para mantener la “capacidad de importar”, pero el sentido fundamental del desarrollo no lo daría el mercado externo sino el interno (Cardoso y Faletto, 1977: 05).

Aún cuando la hegemonía del desarrollo fue posible a través del capitalismo, es necesario estudiarlo no solo como una ideología, sino como aquella fuerza que moviliza cambios globales en la sociedad (Quijano, 2000c). De esta manera, aquella cualidad hegemónica es ejercida desde el pensamiento y, posteriormente, la acción. Sin embargo, uno de los mayores e innegables efectos de la ideología del desarrollo se evidencia en los niveles de desigualdad global que han tenido lugar a causa del capitalismo y la colonialidad, como su síntoma principal.

A través de su ‘teoría de la dependencia’, Cardoso y Faletto (1977) proponen una perspectiva diferente a las clásicas teorías economicistas de desarrollo, para denotar la incidencia de la política y sus relaciones de poder en la categorización de sociedades desarrolladas y subdesarrolladas, a partir de una división del trabajo que confina a la periferia a una condición desigual, en la que urbanidad es sinónimo de altas concentraciones de capital y mejores condiciones de trabajo, al mismo tiempo que anula el efecto de la propuesta de convertir a las naciones en potenciales exportadores de materias primas, pues con ello solo se acentúa una dependencia de los grandes países que controlan los mercados internacionales.

El paso siguiente consistiría en la creación de instituciones públicas para fomentar el desarrollo según las nuevas ideas y lograr una redefinición de las expectativas y del comportamiento entre los encargados de tales decisiones en el aparato estatal (Cardoso y Faletto, 1977: 06).

Hacia las décadas de los 60 y 70, aquel futuro prometedor que había presagiado el desarrollo, a través de un modelo industrializado de sustitución de importaciones, experimentaba los primeros estragos de una falta de articulación entre políticas públicas y

economía en países del Sur del continente como Argentina y Brasil. Para aquel entonces, la consigna de alcanzar un desarrollo autosustentado dependía de factores que recaían directamente en las exportaciones y la redistribución de las rentas.

La primera generación de modelos formales de desarrollo económico se formuló en los primeros años después de la Segunda Guerra Mundial. Estos primeros modelos se centraron, precisamente, en la utilidad de las inyecciones masivas de capital para lograr tasas de crecimiento rápido del Producto Interno Bruto (PIB). Los dos modelos famosos son el modelo de crecimiento de etapas de Rostow y el modelo de Harrod-Domar (Todaro y Smith, 2009).

Al centrarse en el patrón de desarrollo más que en la teoría, los modelos de cambio estructural pueden engañar a los formuladores de políticas. Dado que la reasignación de la mano de obra del sector agrícola al sector industrial se considera el motor del crecimiento económico, muchos países en desarrollo implementaron políticas que a menudo promueven la industria y descuidan la agricultura. Pero los efectos negativos de las políticas que se volvieron contra ese sector vital han llegado a ser ampliamente reconocidos (Banco Mundial, 2000).

Las críticas a estos modelos se vieron reforzadas por el hecho de que en muchos países en desarrollo la pobreza prevalecía. Siguiendo el patrón recomendado por los economistas de cambio estructural, a fines de la década de 1960, la atención de los formuladores de políticas comenzó a cambiar hacia un énfasis en el capital humano, es decir, educación y salud (Meier, 2000). Por otra parte, las inversiones en salud y educación por sí solas no garantizan el desarrollo.

Por ejemplo, en África al sur del Sahara las tasas de esperanza de vida y de matrícula han subido de forma espectacular en los últimos decenios, pero el conjunto de las economías de la región ha registrado un crecimiento lento y hasta negativo desde los primeros años setenta (Banco Mundial, 2000:16).

Los modelos de cambio estructural se centraron en el patrón de desarrollo y supusieron que el patrón era similar en todos los países y era identificable. Sin embargo, los

trabajos empíricos, como Chenery (1960) y Chenery y Taylor (1968) sobre el proceso de cambio estructural reconocen que el patrón de desarrollo puede ser diferente entre los países, que depende del conjunto particular de factores de los países, incluidos "la dotación de recursos y el tamaño de un país, las políticas y objetivos de su gobierno, la disponibilidad de capital y tecnología externos y el entorno de comercio internacional" (Todaro y Smith, 2009).

A partir de 1945 y 1965, las definiciones de desarrollo se centraron alrededor del crecimiento económico, que si bien planteaba una idea de evolución no se alejó de aquella propuesta unidireccional relacionada con los índices de producción y acumulación de riqueza, impuestos con la llegada de la modernidad. Tal y como sostiene Cimadevilla, "la idea de progreso, asociada a una nueva esperanza fundada en la razón y el conocimiento, por tanto, ocupa la mentalidad del hombre que empezaba a denominarse <moderno>". (2004: 113).

A la par con la llegada de la modernidad, la idea del desarrollo dio un giro a aquellas primeras clasificaciones sociales, tras proponer nuevas categorizaciones y aplicar ajustes a las diferencias. Esto fue posible a partir de prácticas representacionales que han encasillado a las sociedades de acuerdo con sus características dicotómicas de desarrollo o subdesarrollo.

Aquel término 'moderno', según lo expresa Berman, significaba la promesa de aventura, poder, alegría y cambio. Pero a la par, este cambio trajo consigo un riesgo: la destrucción de todo lo alcanzado, de todo lo vivido y todo aquello en lo que se ha convertido el hombre (1986:15). De hecho, ciertos planteamientos modernos han pretendido atribuir los principales problemas del desarrollo a los procesos de descolonización que afectaron, principalmente, a las naciones del Sur, aduciendo que sus niveles de pobreza son alarmantes. Sin embargo, la realidad resulta ser totalmente diferente (Rist, 2002: 16).

Definitions of development centered around the criterion of the rate of economic growth. The level of national development at any given point in time was the gross national product (GMP) or, when divided by the total population in a nation, per capita income. Although there was a certain amount

of intellectual discomfort with per capita income as the main index of development, especially among noneconomists, alternative measures and definitions of development had relatively few proponents (Rogers, 1976: 02).

Luego de la Segunda Guerra Mundial, aquella concepción de crecimiento extendió sus objetivos e impuso un nuevo patrón de clasificación que integró factores geográficos y culturales, a través del cual y partiendo de aquella división dicotómica de desarrollo y subdesarrollo, las naciones serían categorizadas según una teoría que propuso tres mundos: el primero, tecnológicamente desarrollado y con libertades ideológicas plenas; el segundo, que a diferencia del anterior presentaba limitaciones ideológicas y utilitarias; y el tercero, escaso de tecnología e ideología tradicionalista (Quintero, 2012: 134). Es así como el desarrollo toma una función homogeneizadora que congrega a determinadas poblaciones y las encierra bajo el sello del subdesarrollo de aquel tercer mundo.

Como contrapropuesta a los modelos estructuralistas, se introdujeron los modelos desarrollistas o de dependencia internacional. Esta teoría fue muy popular en los años setenta y principios de los 80. Los teóricos de la dependencia argumentaron que el subdesarrollo existe debido al predominio de los países desarrollados y las corporaciones multinacionales sobre los países en desarrollo.

Así, se dice que los países pobres dependen de los países desarrollados para el mercado y el capital. Sin embargo, los países en desarrollo recibieron una porción muy pequeña de los beneficios que la relación dependiente produjo. El intercambio desigual, en términos de comercio contra los países pobres, hizo que el libre comercio fuera un vehículo conveniente de explotación para los países desarrollados. Los países desarrollados pueden explotar los recursos nacionales de los países en desarrollo obteniendo suministros baratos de alimentos y materias primas. Mientras tanto, los países pobres no pueden controlar la distribución del valor agregado de los productos comercializados entre ellos y los países desarrollados (Cohen, 1973).

El crecimiento del capitalismo internacional y de las corporaciones multinacionales causó que los países pobres fueran explotados aún más y con ello se volverían más

dependientes de los países desarrollados. Por lo tanto, los países pobres no podrían esperar un crecimiento sostenido de esa dependencia.

Siguiendo la teoría de la dependencia internacional, los países en desarrollo deberían terminar con la dependencia rompiendo sus relaciones con el mundo desarrollado y cerrando sus puertas a los países desarrollados (Elkan, 1995). Estos modelos obtuvieron un apoyo creciente entre los países en desarrollo debido a los resultados limitados de las etapas y los modelos de cambio estructural. Mientras tanto, la experiencia de las economías recientemente industrializadas de Asia Oriental, concretamente Hong Kong, Singapur, Taiwán y Corea del Sur, durante las décadas de 1970 y 1980 evidenció que su éxito había sido el resultado de enfatizar el comercio con los países industrializados avanzados.

Por su parte, Cimadevilla afirma que la vía de escape y salvación para las naciones que ingresaban en la sociedad industrial era su inserción en el sistema de división internacional del trabajo. Solo de esta manera se alcanzaría la civilización de aquellas poblaciones. Para el siglo XX, el capitalismo empezaba a escribir su historia a partir de conceptos como ‘mercado libre’ y una amplia intervención de la figura del Estado, como garante del cumplimiento de las normas establecidas para alcanzar el progreso de las naciones (Cimadevilla, 2004: 115).

Sin embargo, no todas las naciones conseguían los resultados deseados. En 1990, surge una nueva teoría de crecimiento o ‘desarrollo endógeno’ que pretendía explicar los bajos índices de desarrollo en países menos desarrollados. A la par, surge un nuevo modelo que afirma que, en la mayoría de los países en desarrollo, el cambio tecnológico no ha sido igual ni fue transmitido exógenamente en la mayoría de aquellos países (Banco Mundial, 2000).

Además, hay muchos otros factores que proporcionan los incentivos para el crecimiento económico de los que carecen los países en desarrollo, como una infraestructura deficiente, estructuras institucionales inadecuadas y mercados imperfectos de capital y bienes (Cornwall y Cornwall, 1994). Por lo tanto, los formuladores de políticas deberán prestar cuidadosa atención a todos los factores que determinan los cambios y sus impactos en la tasa de crecimiento agregado.

Es así como la corriente del estructuralismo es retomada para estudiar precisamente las estructuras sociales e institucionales, elementos necesarios para el desarrollo. Este pensamiento es mejor conocido como neoestructuralismo y tiene como principal referente al estructuralismo que floreció en América Latina y el Caribe en las décadas de 1950 y 1960. Entre los estructuralistas más influyentes destacan: Ignácio Rangel, Osvaldo Sunkel, W. Arthur Lewis, Celso Furtado, Juan Noyola Vázquez Raúl y el aporte de economistas como Michael Kalecki y Nicholas Kaldor.

Pese a haber heredado aquel enfoque economicista, bajo el cual se relaciona al desarrollo con el crecimiento económico y según el cual éste era medido por indicadores establecidos de acuerdo a los niveles de producción de los Estados, para 1970 las Naciones Unidas y la CEPAL introdujeron el concepto de desarrollo integral para poner en evidencia que aquel crecimiento económico no siempre ha traído consigo cambios sustanciales que impulsen mejoras en el bienestar humano (VV. AA., 2004: 143).

El neoestructuralismo nació como una respuesta al Consenso de Washington (1990), a sus políticas de austeridad y libre mercado, como la forma en que los países podrían resolver sus problemas de desarrollo, mediante la estabilización, privatización y liberalización. Fue desarrollado a partir del documento emitido por la Comisión Económica para América y el Caribe (CEPAL), que plantea cambios en los patrones de producción con equidad social, como la principal tarea del desarrollo de América Latina y el Caribe en esa década.

Paralelamente a estas problemáticas económicas y sociales de la región, sucede una crisis ambiental global. A pesar de innumerables intentos por hacer que el sistema de desarrollo sea más inclusivo, representativo y sostenible, las causas de los problemas sociales y ambientales no se han abordado con determinación y compromiso, sobre todo por parte de las principales economías globales.

En consecuencia, se ha producido un agotamiento gradual y un alejamiento de los procesos oficiales de desarrollo entre los grupos de la sociedad civil y gobiernos de todo el mundo. En lugar de continuar los esfuerzos para mejorar y cambiar el sistema de desarrollo desde adentro, las alternativas se han elaborado desde fuera del sistema. Estas propuestas

comprenden la escuela de pensamiento postdesarrollo, que cita el modelo de desarrollo actual como una raíz de desigualdad social y de problemas ambientales, reflejando cuatro décadas de recetas fallidas diseñadas para promover el crecimiento económico (Gudynas 2012, Escobar 2010, Esteva 2013, Lang 2013).

Sin embargo, al postdesarrollo le precedieron giros posneoliberales que atribuyeron al Estado un papel protagonista en la producción de riqueza y su redistribución, priorizando a las clases populares. Este fue un factor de incidencia en los cambios que vivió la región a inicios del siglo XX, para otorgarle altos grados de autonomía y soberanía, en una transición de democracia de derechos hacia el posicionamiento de ideologías de izquierda. Este postdesarrollo cuestiona gran parte de la lógica profunda del desarrollo ortodoxo en lo referente a la participación, la toma de decisiones, la jerarquía, las relaciones entre humanos y naturaleza, las estructuras de gobierno, el valor económico de la naturaleza, entre otras. Esta corriente considera al sistema de desarrollo como una herramienta empleada por el capitalismo para cumplir con su constante necesidad de expansión y dominación sobre otras formas de organización económica y social, es decir el sistema capitalista es la causa de las crisis ecológicas y sociales y el sistema de desarrollo es una parte del problema.

Estas alternativas al desarrollo son propuestas concretas para la transición hacia una sociedad posneoliberal, ambientalmente sostenible y abordan la necesidad urgente de limitar la actividad económica dentro de los límites biofísicos del planeta. Asimismo, postulan que los patrones de crecimiento actuales no pueden sostenerse y que la primacía del crecimiento económico en la política pública debe ser deshecha. Las alternativas al desarrollo se originan en el cono sur del planeta y ocupan un lugar único dentro del pensamiento posterior al crecimiento. Su análisis toma en cuenta la pobreza, la desigualdad y los problemas ambientales de las sociedades del Sur, involucrando diferentes audiencias y marcos de políticas en comparación a las propuestas construidas en el Norte.

Como evidencia de aquello, la experiencia política de Venezuela, Ecuador y Bolivia refleja una desigualdad respecto de cómo la imaginación política está distribuida dentro de la política como tal. “Si los gobiernos imaginan el pos-capitalismo a partir del capitalismo, los movimientos indígenas imaginan el pos-capitalismo a partir del precapitalismo. Pero ni

unos ni otros imaginan el capitalismo sin el colonialismo interno (De Sousa, 2011: 22). Aquel nuevo planteamiento de desarrollo llegó acompañado por una propuesta que integraría a aquellos sectores invisibilizados, con el propósito de relacionar los objetivos de índole económica con los de carácter social, para contrarrestar las brechas entre ambos ejes.

A partir de esta nueva mirada hacia las múltiples concepciones de desarrollo, se toman en cuenta problemáticas de una índole diferente. Para entonces, la contaminación ambiental, la sobre explotación de los recursos naturales, así como los atentados contra el ecosistema, ocasionados por el uso de armas nucleares, se convirtieron en puntos focales que fueron calando espacios relevantes dentro de los programas o planes de desarrollo de los países. Desde entonces, la nueva idea de desarrollo sustentable empezó a gestarse a nivel de conciencia país.

En 1973 propuse entender al desarrollo como “un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población del mismo en condiciones de dignidad, justicia y libertad” (Beltrán, 2005: 15).

2.1.2. La adopción de un nuevo paradigma constitucional

Si bien una Constitución política marca la pauta para que una sociedad emprenda una forma de vida en un tiempo determinado, es la sociedad en sí la que debe pensar, elaborar y adaptar esa Constitución a sus condiciones específicas. Así lo manifiesta Alberto Acosta (2010), al afirmar que una Constitución no puede ser interpretada como un producto inspirado por un gobierno, sino que debe constituir un ideal político, a largo plazo, que no obedezca únicamente a sucesos coyunturales de los regímenes de turno.

En 2008, el Estado ecuatoriano, en su propósito por alcanzar una nueva propuesta de institucionalidad estatal, insertó un paradigma constitucional basado en principios de equidad, justicia y solidaridad representados en la figura del Buen Vivir o *Sumak kawsay*: una concepción histórica proveniente de la cosmovisión e ideales de vida de los pueblos

indígenas. Este planteamiento también fue considerado en la constitución de Bolivia (2006). Dentro de sus principios generales, la carta magna ecuatoriana⁵ establece que:

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socioculturales y ambientales, que garantizan la realización del Buen Vivir, del *Sumak kawsay*. El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente. El Buen Vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza (CPE, 2008: 135).

Esta nueva constitución introduce al Buen Vivir o *Sumak kawsay* como la alternativa ideal para construir una sociedad cuyos principios de vida giren en torno a una idea de convivencia, respeto, diversidad y armonía con la naturaleza, prestando especial importancia a sus componentes culturales.

La noción de Buen Vivir, como un nuevo marco de gobernanza política, legal y natural, ha comenzado su recorrido en el ámbito de las experiencias humanas de los pueblos indígenas de Ecuador y Bolivia. Es crucial, entonces, iniciar una reflexión sobre el *Sumak kawsay* en términos que el positivismo occidental entiende como reflexión. Es decir, como un análisis de conceptos que pueden contribuir, dentro de un marco coherentemente estructurado, que desde la época de la ilustración ha sido llamada ciencia.

Dentro de las teorías económicas dominantes, incluidas las teorías del desarrollo, no existen alternativas para enfrentar los graves problemas ambientales causados por el crecimiento económico. En el marco de los mercados como facilitadores eficientes de recursos, no existen teorías que evalúen y limiten los daños ambientales provocados por los mercados capitalistas. Al no existir las posibilidades para asumir los costos ambientales provocados por el crecimiento económico, aprobado y legitimado por la teoría económica

⁵ Constitución de la República del Ecuador, aprobada en referéndum el 28 de septiembre de 2008, en Montecristi, Manabí.

dominante, es urgente y necesario buscar otros marcos analíticos y otras posibilidades teóricas y epistemológicas fuera de la teoría económica dominante y del razonamiento liberal.

De manera opuesta a los principales cometidos de las teorías de desarrollo, la cosmovisión indígena no concibe la idea de que existe un estado inferior o ‘rezagado’ que se deba superar, tampoco alberga ese afán desmedido por alcanzar un cierto nivel de superioridad a costa de la destrucción del ecosistema. Ni siquiera contempla la idea de pobreza, pues en su visión la riqueza no se determina según la cantidad de posesiones materiales (Acosta, 2008: 11).

Sin duda, la aparición e integración de la figura andina detrás de movimientos indígenas que intervienen en el debate político puede catalogarse como uno de los principales indicios relacionados con la implementación del Buen Vivir como un nuevo paradigma constitucional.

Especialmente en las últimas décadas, nuevos conceptos como la noción andina del Buen Vivir y Vivir Bien dan cuenta de la emergencia de nuevas formas de organización y dinámicas emancipadoras desde el Sur que obligan a abrir, frente a la ciencia occidental y la visión modernizadora, las ciencias sociales a nuevas miradas y horizontes cognitivos cuestionando la lógica impositiva del universalismo abstracto (Sierra, 2016: 117).

Al establecer una ruptura entre la normativa propuesta por el concepto tradicional de Modernidad, el Buen Vivir se posiciona como un nuevo paradigma que permitirá, no solo entender la normativa contenida en la nueva constitución, sino traducir “principios en prácticas” (Contreras, 2014), que se ven reflejadas en los planes nacionales de desarrollo de países como Bolivia y Ecuador. El Buen Vivir expresa una relación diferente entre los seres humanos y su entorno social y natural e incorpora una dimensión humana, ética y holística de las relaciones humanas, no solo con su propia historia sino también con su entorno natural (Sierra, 2016: 137).

Pero, ¿qué se entiende o qué propone el Buen Vivir? Autores como Carolina Silva (2008) lo definen como el respeto a derechos, cumplimiento de obligaciones en un entorno

de convivencia armónica con el medio ambiente y el reconocimiento de una interculturalidad que se origina en la convivencia misma.

Se trata, en suma, de un amplio conjunto de innovaciones, cuyos pilares son la afirmación de soberanía, la recuperación de lo público y de los roles estratégicos del Estado, la desprivatización y el reconocimiento de democracia y diversidad económicas (León, 2008).

El Buen Vivir retoma y compila las sabidurías y conocimientos ancestrales de los pueblos andinos, para entablar un discurso de sustentabilidad económica, ambiental y social. En esta misión, los principales responsables son todos los actores sociales. Solo de esta manera será posible la construcción de una nueva democracia que se reivindique en sus procesos participativos e inclusivos. Según Acosta, no podemos de ninguna manera aspirar a sobrevivir de la crisis, sino a tener una mejor posición en el futuro (2010: 100) y para ello no se debe cometer los mismos errores ni tomar caminos pasados.

Al mismo tiempo, Luis Macas define al *Sumak kawsay* como “la vida buena en plenitud” (2010: 14), pero una plenitud distante de la acumulación de bienes materiales y una felicidad que parte de las satisfacciones personales como pilar y garante principal de las satisfacciones colectivas.

En la Constitución de 1998 no existía un concepto similar que integrara estos diferentes aspectos, sino que cada uno estaba reconocido de manera dispersa. Sin embargo, la Constitución del 2008 contiene al Buen Vivir principalmente en dos partes. La primera consta en la parte dogmática y hace referencia a los “Derechos del Buen Vivir”, mientras que la segunda se denomina “Régimen del buen vivir” y consta en la parte orgánica (Silva, 2008: 125).

De esta manera, para el caso ecuatoriano es evidente que perseguir el Buen Vivir implica una estrecha relación con los derechos y, para su cumplimiento, es indispensable aplicar cambios profundos sobre los conceptos y estructuras de las estrategias de desarrollo conocidas. De allí surge la premisa que, quizá, pone en jaque al concepto tradicional de desarrollo, entendido como crecimiento económico, pues propone al Buen Vivir como un plan con enfoque postdesarrollista.

En este contexto, Arturo Escobar replantea un nuevo concepto de ‘postdesarrollo’, que se origina a partir de una suerte de descontento teórico con lo que se había concebido como desarrollo, especialmente aplicado en países del tercer mundo. Ante ello, el autor afirma que:

La desconstrucción del desarrollo, en otras palabras, llevó a los postestructuralistas a plantear la posibilidad de una “era del postdesarrollo”. Para algunos esto significaba generalmente una era en la que el desarrollo ya no sería el principio organizador central de la vida social (Escobar, 1991, 1996); una era en la que, parafraseando un trabajo bien conocido de esa época enfocado en el campo de la mujer en el desarrollo, el desarrollo no tomaría lugar “únicamente bajo la mirada de Occidente” (Mohanty, 1991). Otros añadieron a esta caracterización una revaloración de las culturas vernáculas, la necesidad de depender menos de los conocimientos de expertos y más de los intentos de la gente común de construir mundos más humanos, así como cultural y ecológicamente sostenibles (2005: 20)

Tal como lo menciona Contreras (2016), el Buen Vivir difiere de las concepciones de desarrollo humano y sostenible por cuanto este nuevo concepto posee características que le permiten no solo articular ambos tipos de desarrollo, sino que les otorga un nuevo sentido, que rompe totalmente con el esquema tradicional de aquel desarrollo interpretado como progreso.

De hecho, el Buen Vivir se presenta como una alternativa al desarrollo orientada hacia la construcción de una vida comunitaria, que se desenvuelve en armonía y en coherencia con los principios de respeto hacia el otro y el cuidado del medio ambiente, más allá de un sentido paternalista, pero desde la responsabilidad respecto del uso y explotación de los recursos naturales no renovables (*ibid.*: 29).

La concepción predominante del ser con su entorno ha sido de control, es decir, hemos aceptado la idea de que la naturaleza está al servicio del ser humano, de manera que es posible gobernarla saciando nuestras necesidades sin tomar en cuenta el daño que le provocamos, o aún peor, midiendo el daño que hacemos únicamente en función de las necesidades de generaciones futuras. Desde el *Sumak kawsay*, esta noción cambia y se transforma en la idea de que atentar contra la naturaleza es hacer daño al todo del cual somos parte y, por ende, a nosotros mismos (Silva, 2008: 122).

Para hacer una comparación, en el caso de Bolivia el *Suma Qamaña* fue considerado a nivel constitucional a raíz de las intervenciones y la activa participación alcanzada por los pueblos indígenas, que exigían una normativa institucional que reconociera la pluralidad de los pueblos, a través de principios éticos y morales de aquella sociedad plural. Esta pluralidad, según Contreras, debe ser interpretada más allá del conocimiento o identificación de las asimetrías culturales de los países andinos y, más bien, exhorta a trascender hacia el reconocimiento de las mismas.

En efecto, el autor advierte que “precisamente, la interculturalidad no es una categoría étnica, sino que los intercambios culturales son también sociales y políticos” (2014: 55). De hecho, este pluralismo surge como una propuesta para contrarrestar el individualismo arraigado a través de los modelos tradicionales de desarrollo económico.

El *Suma Qamaña* no era ya solamente la expresión dispersa de la diversidad existente entre pueblos confinados por el “desarrollo”, sino un desafío para su articulación y conceptualización en un contexto más amplio, nacional y planetario, una propuesta para la humanidad dignificando la vida (Contreras, 2014: 16).

Entonces, constitucionalizar este principio de pluralidad se interpretaría como un avance hacia la construcción de un Estado incluyente, que integra la cosmovisión indígena dentro de su proyecto político, el mismo que debe plasmarse y materializarse a través de políticas públicas, contenidas en los planes nacionales de desarrollo de los países.

La ejecución del Plan Nacional de Desarrollo de Ecuador contempló tres ejes estratégicos: la transformación del sistema democrático; equidad y promoción de derechos ciudadanos para el Buen Vivir y el cambio de la matriz productiva como motor de la transformación económica del país (PNBV, 2013).

Al igual que en Bolivia, el *Sumak kawsay* en Ecuador pasa a constituirse en el eje de la constitución y también de su Plan Nacional de Desarrollo⁶, convirtiéndose en el ideal de organización y sociedad. Es por ello que, a criterio de Boaventura de Sousa Santos (2009),

⁶ El Plan Nacional para el Buen Vivir del Ecuador 2013 – 2017 propone que: “El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito”.

el Buen Vivir es una fiel interpretación de lo que él describe como Epistemologías del Sur, reflejadas en los pensamientos y actitudes emancipadoras que se declaran en rebeldía contra el antiguo orden hegemónico que dominó al mundo, bajo un sistema vertical impuesto desde miradas norteadas, eurocéntricas y capitalistas.

De acuerdo a la hipótesis enunciada por Enrique Dussel, la Modernidad nace una vez que se encuentra frente a ese ‘otro’ que no es modernidad, en el preciso momento en que los europeos llegaron a tierras americanas y se encontraron con ese ‘otro’ salvaje y lejano a sus concepciones medievales, al que sometieron y doblegaron. A partir de ello, la idea de Modernidad surge del ocultamiento y desconocimiento de ese ‘otro’, para valerse de la premisa principal del discurso implantado universalmente que ha hecho creer en un ‘descubrimiento’ (Silva, 2008: 120). En sí, esta hipótesis tiene sentido en el hecho de considerar la historia indígena de los pueblos americanos en un mismo “estatus de constitución epistemológica y civilizacional de la Modernidad”.

Los resultados y efectos del capitalismo son evidencias que no se pueden ocultar y, al contrario, se materializan en las transformaciones tecnológicas y reducción de los índices de pobreza en el mundo. Sin embargo, sus formas de producción, variables y sesgadas, han generado problemáticas sociales que acentúan las brechas de desigualdad al interior de las naciones y entre ellas. En este sentido, Acosta analiza el efecto de estas desigualdades a partir de la obra de Adam Smith (1776), en la que reafirma a la riqueza como efecto de una masiva pobreza (2010: 33).

Consecuentemente, la realidad del ser, de acuerdo a la filosofía andina, está determinada por una conjugación de fuerzas: la razón, los sentimientos y los instintos. El *Sumak kawsay* es alcanzar el equilibrio entre todas ellas para vivir bien o alcanzar una existencia plena (Silva, 2008: 119).

Ciertamente, la última década latinoamericana marcó una transición hacia matices progresistas, a partir del evidente fracaso de un modelo de desarrollo impulsado bajo la intervención y protección paternalista del Estado. El conflicto de aquel modelo neoliberal depositó la responsabilidad del desarrollo sobre un Estado “eficaz” que ponga fin a los intentos fallidos que solo acentúan la preocupación del poder mundial.

En este contexto, la propuesta del *Sumak kawsay* sobre alcanzar un equilibrio entre sentir y pensar plantea la visibilización y legitimación de las epistemologías del Sur (Contreras, 2014: 17), en las que primen los sentimientos y formas de pensamiento y acciones de las personas, que garanticen las condiciones para una vida digna.

En Ecuador, el propio gobierno que impulsó activamente la aprobación de la nueva Constitución en el referéndum del 28 de septiembre del 2008, sigue atado a visiones y prácticas neodesarrollistas, que no garantizan un verdadero desarrollo y que, además, están en permanente contradicción con el espíritu del Buen Vivir. Por tanto, no sólo es indispensable superar las prácticas neoliberales, sino que es cada vez más imperioso garantizar la relación armónica entre sociedad y Naturaleza (Acosta, 2010: 38).

Ciertamente, la última década latinoamericana marcó una transición hacia matices progresistas, a partir del evidente fracaso de un modelo de desarrollo impulsado bajo la intervención y protección paternalista del Estado. El conflicto de aquel modelo neoliberal depositó la responsabilidad del desarrollo sobre un Estado “eficaz” que ponga fin a los intentos fallidos que solo acentúan la preocupación del poder mundial.

El cambio que ahora se busca es al mismo tiempo urgente y profundo. Boaventura de Sousa Santos caracteriza este momento como paradójico: “Por un lado, existe un sentimiento de urgencia, de que es necesario hacer algo ya ante la crisis ecológica que puede llevar al mundo a colapsar; ante desigualdades sociales tan intensas que no es posible tolerar más (...) pero por otro lado, hay un sentimiento casi opuesto: las transformaciones que necesitamos son de largo plazo, son civilizacionales. No es posible cambiar todo ahora, porque para ello no basta tomar el poder; es necesario transformar este Estado moderno, cuya crisis final fue producida por el neoliberalismo (...) Este planteamiento hoy es común en varios países del continente, y quizás también en Europa aunque por razones diferentes (León, 2008)

2.1.3. Desarrollo y comunicación: dilemas de una relación compleja

Si bien desarrollo y comunicación mantienen un estrecho y complementario vínculo, esta última ha sido considerada como artífice y responsable de fomentar

transformaciones en la sociedad y sus actores. “Porque toda concepción de desarrollo supone otra comunicativa y viceversa” (Alfaro, 1993: 12).

Para Cimadevilla (2004: 129-134), la estrategia intervencionista de los Estados se ve reflejada en acciones que convierten a la opinión pública en objeto de interés político. Es decir, la comunicación pasa a constituirse como el nuevo mecanismo de intervención que, a través de una búsqueda de consensos, implantará el desarrollo a partir de aquella nueva modalidad de acción que busca aprovechar el conocimiento, regida por una acción dominante cuyo fin principal es alcanzar el progreso y el desarrollo. En ese marco, la comunicación es un instrumento privilegiado para viabilizar la acción de intervención.

Desde esa perspectiva, por tanto, determinados estilos de desarrollo suponen estrategias diferenciadas de intervención y de allí deviene las múltiples discusiones que, en el campo de la extensión y la comunicación, por ejemplo, han caracterizado a las posturas productivistas, humanistas o radicales, entre otras (*ibid.*: 131).

Pero ¿cómo convergen comunicación y desarrollo? Tanto la comunicación como el desarrollo varían en sus significados y, en ocasiones, pueden contraponerse entre sí. Por un lado, al hablar de comunicación se hace referencia a prácticas sociales o a un determinado campo del conocimiento. Por otro, el desarrollo humano adquiere significado a partir de un proceso que persigue la mejora de situaciones sociales, económicas y culturales, desde las cuales se puede generar un nuevo conocimiento que permita mejorar la calidad de vida de las sociedades (Aprea y Cabello, 2004: 47).

Desde un punto de vista investigativo, la relación entre comunicación y desarrollo depende del papel que el desarrollo asigna a la comunicación dentro de su campo de acción. Además, es necesario que tanto el discurso de desarrollo humano como la metodología comunicativa sean compatibles y se adapten entre sí (Servaes, 2000: 49). Para lograrlo, es imperativo centrar la atención en las características que incluirán las políticas de comunicación y la forma en que son concebidas y diseñadas, así como el impacto y efecto que alcanzarán durante la ejecución de planes y programas para el desarrollo.

Si como lo describe Alfaro, el desarrollo significa crecer desde una perspectiva de resolución de conflictos, aquella idea resultaría en la ruptura de una mecanización intervencionista enfocada en obtener logros materiales que no contemplan posibilidades de crecimiento o transformación y, de hecho, [...] “la sociedad civil, en las últimas décadas, se viene adueñando del desarrollo desde las Organizaciones No Gubernamentales” (1993: 13), pese a que esto reste responsabilidad al Estado es la sociedad en sí la que debe abanderarse y promover este cambio.

Pese a ello, la realidad de la comunicación ha reflejado mensajes elaborados para ser únicamente difundidos. Esto implica un bloqueo hacia la posibilidad de generar sujetos receptores, que emitan una respuesta a aquellos mensajes. Sobre las fuentes de enunciación, se identificó una de naturaleza europea, que otorga a los medios una alta capacidad manipuladora y otra norteamericana, que considera a los medios como los mecanismos idóneos para garantizar la democratización (*ibid.*: 23).

Cimadevilla afirma que la relación entre comunicación y desarrollo se establece desde los puntos en que los procesos son observados y discutidos, para dar paso a una intervención que se legitima en aquellos puntos, “así, se entiende y postula que la intervención es básicamente imperativa, pero el progreso le añade una instrumentación apelativa y el desarrollo propositiva” (2004: 136-137). En este aspecto, para que esta legitimidad responda a un ideal comunicacional, es indispensable que los actores participen e intervengan como protagonistas de aquel proceso y que los fines persuasivos pierdan relevancia y prioridad.

La participación es condición necesaria para poner en valor las sinergias individuales y colectivas; el conocimiento es lo que permite a una comunidad responder, entre otros, a los cambiantes problemas derivados de la mundialización (Domecq, 2004: 28).

Si bien la comunicación masiva surte efecto de manera inmediata y global, la participación e interacción que son posibles a través de una comunicación personal genera reacciones que inciden directamente en los criterios, actitudes y las aptitudes que tienden a

desarrollar los receptores, quienes más allá de recibir han sido los principales proveedores de información al ser partícipes del proceso de comunicación interpersonal.

No por el hecho de que la comunicación masiva sea pensada y aplicada de manera 'serial' es necesariamente inefectiva. Al contrario, su importancia se refuerza en la inmediatez de su difusión. Es por ello que los mensajes emitidos masivamente llegan de manera rápida, aunque aquella llegada no es garantía de que los receptores adopten una conciencia profunda sobre la información que reciben. La radio y la televisión son vastos proveedores de insumos y productos informativos, que pueden incidir en la adopción de actitudes en los receptores, pero estas girarán en torno a la ideología de mercado comúnmente transmitida en su programación. Para que exista un cambio de conducta, es necesaria la interacción.

Para entender el papel que ha desempeñado la comunicación dentro de programas de desarrollo, la visión latinoamericana la estudia desde tres conceptos que, siguiendo la propuesta de Beltrán (2005), resultan en: comunicación de desarrollo, en la que el factor masivo de los medios los presentan como los principales transformadores de la sociedad en términos económicos y tecnológicos; la comunicación de apoyo al desarrollo, cuyo eje y garante de efectividad es la planificación institucional y la comunicación alternativa para el desarrollo democrático, que persigue la democratización de la sociedad a partir de una comunicación que basa su trabajo en la inclusión y participación de la sociedad en los procesos comunicativos, para cumplir con la premisa de garantizar beneficios para todos, a través de la voz de todos.

De hecho, el trabajo promovido por la comunicación para el desarrollo estuvo presente antes de la creación de estas categorías teóricas. Esto fue posible a través de proyectos educativos en zonas rurales, en las que el establecimiento de medios de comunicación locales, alternos a los masivos, acentuarían la cualidad participativa de estos para democratizar la comunicación.

En poco tiempo, este credo llegó a ser abrazado de todo corazón por numerosos especialistas latinoamericanos en comunicación para el desarrollo. Su fe en la excelencia de los medios masivos de comunicación como agentes de cambio sería confirmada hacia finales de la década de los 60,

cuando la teoría de Everett Rogers sobre la difusión de innovaciones llegó a sus tierras. Varios de aquellos especialistas parecieron percibir entonces su oficio como una suerte de muy eficiente disciplina de “ingeniería social”, dotada acaso de poderes casi mágicos para persuadir a las masas atrasadas de que se modernizaran (Beltrán, 2005)

En los años 70 se pensó en una comunicación opuesta a aquel modelo regido por intereses económicos y comerciales, la otredad de aquella comunicación alternativa, pensada desde una visión de desarrollo humanista y sostenible que buscó dar voz a quienes no la tenían, se valió de medios pequeños, casi o nada comparables respecto de los medios masivos. De hecho, a decir de Erick Torrico, esta comunicación alternativa no fue considerada ni aplicada en las escalas ni magnitudes de difusión, como lo hace la comunicación de masas. Al respecto menciona que

“[...] más bien se la imaginaba y llevaba a cabo desde la marginalidad, casi con un concepto de ‘guerrilla’ o ‘foquista’; es decir, que no se examinó a fondo si era dable contraponerse a la comunicación masiva dominante con recursos pequeños y de limitado alcance (2004: 99).

Sobre ello, Servaes sostiene que, en la actualidad, los enfoques de la comunicación para el desarrollo critican el enfoque vertical bajo el cual se maneja la difusión masiva. Incluso afirma que el desarrollo se acelera en el punto donde coexisten participación y comunicación (2000: 08).

Respecto de este ideal de relación entre comunicación y desarrollo, Alfonso Gumucio se ha pronunciado de manera crítica sobre la escasa importancia que los planes de desarrollo han otorgado a la comunicación. Por ello plantea que:

La comunicación ha sido marginada de los programas de desarrollo la mayor parte de las veces y, cuando no ha sido el caso, se ha convertido en un soporte institucional o en instrumento de propaganda. En muy pocos casos la comunicación ha sido un instrumento de diálogo y un elemento facilitador en el proceso de participación ciudadana, una garantía para un desarrollo humano sostenible, cultural y tecnológicamente apropiado (2004: 04).

En 1990, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) emitió el primer informe sobre Desarrollo Humano, con base en un enfoque no solo orientado hacia el análisis de los modelos económicos y el desarrollo industrial como garantía de un crecimiento social, sino que evidenció que el desarrollo no era una cuestión únicamente dependiente de la producción interna de las naciones. El desarrollo exigía integrar una nueva visión, una perspectiva inclusiva, el factor humano como una esfera de expansión y diversificación de oportunidades para que las personas mejoren su calidad de vida, bajo parámetros que potencien sus capacidades humanas y las orienten hacia el cumplimiento de los derechos humanos.

A diferencia del primero, el informe de 1999 incluye, por primera vez en su campo de análisis, a la comunicación como un factor relevante dentro de los procesos para alcanzar el desarrollo humano, sobre todo, enfatiza en la importancia del impacto de los medios de comunicación y tecnologías de la información, especialmente Internet (PNUD, 1999).

Pese a estas inclusiones, Adalid Contreras afirma que “no toda comunicación aporta mecánica y automáticamente al desarrollo”. Para conseguirlo es necesario anticiparse a la acción comunicativa en sí, a través de una planificación que nazca en las mediaciones” (Contreras, 2014: 31). Esto quiere decir que la interacción entre los sujetos con su entorno natural y social marca la pauta de una planificación que debe adaptarse a “situaciones, espacios y momentos de comunicación” para dar lugar y sentido a la interacción.

Al hablar sobre comunicación para el desarrollo, Gumucio describe una comunicación instrumental, con interés en los actores involucrados. Con bases teóricas de los años 60 en las que organizaciones de ayuda internacional como Unesco, FAO, entre otras, implementaron estrategias que fomentaran el desarrollo, con un compromiso ligado a hacer prevalecer el derecho de las personas para acceder a la información. La describe como instrumental pues está relacionada con los programas de desarrollo y se vale de técnicas de entretenimiento para promover cambios de comportamiento en sus públicos (Gumucio, 2004: 06).

No obstante, si el desarrollo está en deuda con la sociedad y la comunicación está en deuda con el desarrollo (Contreras, 2000: 16), ¿cómo se define la relación actual entre comunicación y desarrollo? El mismo autor ratifica al desarrollo como una apuesta por el cambio, un proceso de transformación que no podría existir sin la comunicación.

Según la Unicef (2011), la comunicación para el desarrollo establece una diferencia en la historia del desarrollo humano, pues prioriza y hace énfasis en procesos de comunicación que facultan y permiten que las personas opinen directa y abiertamente sobre aspectos relevantes relacionados con su bienestar. Esta comunicación se empodera de estos procesos como paso fundamental en la tarea de alcanzar las metas trazadas por el desarrollo, contenidas en compendios denominados Objetivos del Milenio. Es decir, desde una perspectiva alineada a los principios de una organización de asistencia como Unicef, la comunicación para el desarrollo se basa en enfoques participativos e inclusivos, que facilitan el conocimiento y hacen posible sensibilizar a las comunidades sobre la trascendencia y urgencia de potenciar sus capacidades, un cambio de actitudes, aptitudes y compromisos que eleven la calidad de las sus relaciones internas y externas, con otras comunidades.

La comunicación para el desarrollo (CPD, Communication for Development o C4D por sus siglas en inglés) es uno de los modos más importantes para ampliar el acceso a estas nuevas oportunidades. CPD es más que una estrategia: es un proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la adopción de decisiones locales, nacionales y regionales. Su objetivo es el fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas (*ibid.*: 07).

Si la comunicación para el desarrollo supone mayor contacto interpersonal, es indispensable que aquellos actores sepan, por anticipado, sobre qué van a discutir u opinar. De esta tarea se encargan los medios de comunicación en los diversos niveles: local, nacional, regional. Y si los medios permiten el acceso al público, este no solo recibirá la información sino que podrá retroalimentarla y dar a conocer sus necesidades (Servaes, 2008: 08).

Por lo tanto, el principal punto de partida de la comunicación para el desarrollo debe ser la comunidad, porque es el escenario inicial y propio donde surten efecto las interacciones, mediaciones y contactos personales.

Ciertamente, el desarrollo es multidimensional o integral, está constituido de diferentes estamentos que a veces se minimizan y parcelan para destacar solamente su ámbito económico. El elemento capaz de activar y anudar estos distintos espacios: económico, social, cultural, ambiental, ideológico, local, regional, nacional o continental, es la comunicación [...] a partir de la interacción discursiva o intercambios simbólicos de sentidos de sociedad y cultura entre distintas personas y grupos sociales. [...] Sin duda que no y, en definitiva, no hay desarrollo posible sin comunicación (Contreras, 2014: 33).

2.1.4. Comunicación para el desarrollo, eje del cambio social

Sin duda, la comunicación al estar inmersa en la vida diaria del ser humano, en sus relaciones, prácticas y momentos históricos, se convierte en un importante eje de cambio social e inclusive cultural.

Del Valle, para definir la comunicación en su vínculo con el desarrollo y cambio social, afirma que “mientras la comunicación para el desarrollo supone una profunda tendencia aspiracional, la comunicación para el cambio social supone una práctica de movilización social” (2007: 114). De esta forma, la comunicación participativa demanda un cuestionamiento a las bases del actual modelo de democracia, para promover cambios estructurales a través de una democracia basada en la participación.

Al respecto, Servaes, en el marco de las políticas desarrollistas, considera que los medios de comunicación pueden promover el cambio social a través de estrategias en las que los receptores prestan atención y respaldan determinados proyectos. Por lo general, el mecanismo de uso recurrente ha sido la radiodifusión, pero respondiendo a un modelo difusionista que mantiene un enfoque jerárquico vertical y obedece al esquema teórico propuesta por Laswell al definir la investigación en comunicación siguiendo las siguientes preguntas: ¿quién dice qué, a quién, a través de qué canal y con qué efecto?, que no son

sino el resultado de la investigación iniciada en Estados Unidos para analizar la difusión de campañas de comunicación a finales de los años 40 y 50 (1999: 07).

En su intención para implantar el modelo de desarrollo en los países tercermundistas, a partir de 1940, Estados Unidos, a través de su programa de asistencia técnica y económica, conocido actualmente como USAID, propuso una educación para el desarrollo ligada al enfoque del crecimiento económico, como resultado de los procesos industrializados que experimentaban los países desarrollados en aquel entonces. Es decir, alcanzar el desarrollo en los países subdesarrollados fue concebido desde una perspectiva meramente económica, que contempló a los modos y mecanismos de propagación del desarrollo como herramientas de impacto masivo.

Con la asistencia financiera y técnica que proporcionaron los Estados Unidos, la implantación de aquel modelo de desarrollo “adoptado con ciego optimismo por los gobiernos de América Latina, iría a ser aplicado sin vacilación ni ajustes. Pero a principios de los años 60 comenzaron a registrarse claros indicios de inoperancia de aquel paradigma: los gobernantes no les prestaron atención” (Beltrán, 2005: 61)

De esta manera, el subdesarrollo antidemocrático siguió en pie. En efecto, en 1978, la situación en Latinoamérica evidenciaba un aumento del desempleo, salarios más bajos, precios más altos y aguda inflación. El 40 % de las familias cayó en niveles de pobreza crítica mientras las élites conservadoras se enriquecían más, pero el autoritarismo seguía dominando al pueblo (*ibid.*: 63).

En la experiencia particular de Ecuador Las experiencias de comunicación para el cambio social han sido atribuidas, mayoritariamente, a organizaciones sin fines de lucro o firmas privadas. Sin embargo, Paulo Freire en su ensayo “Extensión o comunicación: la concientización en el medio rural”, analiza el papel de quienes asumen la responsabilidad de educar para el desarrollo, representado en la figura del agrónomo “extensionista”. Al respecto destaca:

Ni a los campesinos ni a nadie se persuade o se somete a la fuerza mítica de la propaganda, cuando se tiene una opción liberadora. En este caso, se les problematiza su situación concreta, objetiva, real para que, captándola críticamente, actúen también críticamente sobre ella” (1973: 23)

Educar y educarse, en la práctica de la libertad, no es extender algo desde la ‘sede del saber’ hasta la ‘sede de la ignorancia’, para ‘salvar’, con este saber, a los que habitan en ella (Ibídem: 28).

Es así que se puede entender la dimensión que tiene la comunicación para el desarrollo en el cambio social y de todos los paradigmas. Como lo menciona Freire, esta comunicación puede liberar y con ella, el desarrollo será inminente. De ahí la importancia de entender que las instituciones necesitan establecer estrategias de comunicación para el desarrollo que incentiven la participación y con esta la libertad y el saber.

CAPÍTULO III

3.1. Determinación de la metodología

Este capítulo aborda la metodología seleccionada para el desarrollo de esta investigación desde un enfoque cualitativo, enmarcado en un paradigma crítico que busca explicar la formulación de programas y estrategias de comunicación para el desarrollo en instituciones de Estado, a través del acercamiento hacia el objeto de estudio, los actores involucrados, así como la revisión metodológica de políticas de comunicación para el desarrollo, partiendo desde el campo de las Ciencias de la Comunicación.

En este caso, la investigación cualitativa se alinea con los propósitos que persigue este trabajo, pues plantea que la realidad puede construirse a partir de las percepciones e interpretaciones de quienes participan en el proceso de investigación, respecto de sus propias realidades y estas, a la vez, son realidades que se transforman durante el proceso del estudio y también constituyen una fuente principal de información.

En la aproximación cualitativa hay una variedad de concepciones o marcos de interpretación, que guardan un común denominador: todo individuo, grupo o sistema social tiene una manera única de ver el mundo y entender situaciones y eventos, la cual se construye por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderla en su contexto (Fernández y Baptista, 2014: 09).

A su vez, Ragin (2007: 145) destaca que la investigación cualitativa demanda una aclaración recíproca entre la visión del investigador respecto del objeto investigado, así como de los conceptos que giran en torno al estudio. Estas visiones o perspectivas pueden construirse a partir de la búsqueda de parecidos entre las expresiones que podrían integrarse en una categoría general.

Es así que la metodología de investigación ha sido seleccionada en función de los objetivos e hipótesis planteados para la realización de este estudio, categorizados según los principales pilares teóricos planteados. De esta manera, ha sido posible analizar desde qué marco conceptual, institucional y político se inserta la comunicación para el desarrollo en

los planes de comunicación de las entidades gubernamentales del Ecuador, dentro del paradigma del Buen Vivir, a partir de la experiencia de los actores e interlocutores que participaron en la elaboración de una estrategia de comunicación participativa y para el desarrollo en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

Existen varias realidades subjetivas construidas en la investigación, las cuales varían en su forma y contenido entre individuos, grupos y culturas. Por ello, el investigador cualitativo parte de la premisa de que el mundo social es “relativo” y sólo puede ser entendido desde el punto de vista de los actores estudiados (Fernández y Baptista, 2014:09).

A diferencia del enfoque cuantitativo, relacionado a lo numérico y las ciencias exactas, que permiten una comprobación técnica científica, el enfoque cualitativo supone una mirada introspectiva hacia el interior de los sujetos estudiados, las palabras y discursos entendidos como un factor necesario y determinante a la hora de establecer estrategias y actividades cuyo propósito es generar cambios sociales de pensamiento y actitudes, en un segmento de la sociedad.

Hablamos, al fin y al cabo, de entender la tarea del conocimiento científico como un espacio de múltiples mediaciones o determinaciones (dentro y fuera del mismo objeto/sujeto de la investigación) que es necesario explicitar e integrar durante todo el proceso de investigación recurriendo al pensamiento complejo (Moreno, 2015: 20).

Para Mason (1996: 04) la investigación cualitativa recurre al estudio y aplicación de técnicas como la entrevista, etnografía, estudio de caso, textos e interacciones que dan cuenta no solo de la problemática en la vida de los individuos, sino también de sus significados e incidencias. En este proceso, la mirada crítica de la investigación se entrelaza y complementa con la capacidad discursiva con la que se maneja la metodología, así como las técnicas para la recolección y tratamiento de la información, entendiendo al discurso como el resultado de un proceso social y cultural, forjado a raíz de experiencias, historias y las prácticas sociales en sí (Moreno, 2015: 21).

Como afirma Canales (2006: 19), si la principal herramienta de análisis para la investigación cuantitativa son los números, los significados son el eje del trabajo en la investigación cualitativa y estos son estudiados a través de códigos, documentos y sus significaciones. Es, entonces, a través de este proceso empírico que la investigación cualitativa construye esos significados.

3.2. Diseño de la metodología

De acuerdo a la naturaleza del tema de investigación, sus objetivos e hipótesis, el desarrollo de estas páginas demandó el diseño de un modelo de investigación que permitiera identificar los diversos escalones que preceden el presente trabajo y poder, a partir de ello, reconocer el campo de estudio, la definición de la muestra sobre la cual se aplicaron las diversas técnicas de investigación y el posterior análisis de los resultados obtenidos.

Al tratarse de un enfoque cualitativo hemos aplicado una triangulación metodológica que integra el análisis documental de las estrategias de comunicación del MAGAP, entrevistas en profundidad y análisis sociológico del discurso, lo que nos ha permitido conocer y comprender las mediaciones de los actores institucionales que intervinieron en la formulación de los planes y estrategias de comunicación de dicha institución, así como el aporte y la visión desde la Academia y organismos internacionales que impulsan programas sobre comunicación para el desarrollo.

Según Arias (2000), la triangulación metodológica constituye la combinación de múltiples métodos en el estudio de un mismo objeto. Advierte, además, sobre la importancia de su aplicación a través de datos, teorías, investigadores y metodologías, puesto que al requerir una contrastación de las técnicas de investigación es posible comparar los resultados que cada una de ellas arroja y, de esta manera, aportar validez y veracidad al trabajo. La eficacia de este método se evidencia en el incremento progresivo de su aplicación en diseños metodológicos actuales (Vicente: 2009).

Con el propósito de reforzar la investigación, este trabajo ha considerado la revisión bibliográfica de textos especializados, estudios y experiencias de organismos

internacionales que permitieron construir un marco contextual, precedente al espacio y tiempo en el que se desarrolla el hecho significativo estudiado, así como identificar las directrices políticas y principales debates que inspiran los programas e iniciativas de comunicación para el desarrollo en el marco del Buen Vivir en Ecuador.

A continuación, se detallan los principales conceptos que describen las cualidades de cada una de las técnicas aplicadas. Sin embargo, es fundamental destacar el papel que juega el investigador en su misión por cumplir los objetivos planteados. Al respecto, Rodríguez, Gil y García (1996:69) señalan que el investigador representa el punto de partida de la investigación y que, a través de su experiencia, conocimientos y decisiones, reflejará la diversidad de una investigación compuesta por dimensiones éticas y políticas. A su vez, el investigador es considerado como un sujeto sensible frente a las situaciones de estudio, el mismo que mantiene una postura humanista y se despoja de creencias propias que puedan sesgar su trabajo. Para el investigador la muestra u objeto de estudio comprende un todo y no únicamente una variable de análisis (*ibid.*: 10).

3.3. Técnicas de recolección de la información

3.3.1. El análisis documental y su capacidad de sintetizar información

Dentro de las alternativas para la gestión de la información, el análisis documental representa un modo de investigación cuyo objetivo es seleccionar, evaluar y sintetizar el contenido de los documentos, con base en el análisis de sus significados. Es así que, a través de la revisión de los documentos seleccionados, será posible determinar cuáles son las estructuras conceptuales consideradas en materia de la comunicación para el desarrollo, dentro de programas y políticas públicas de comunicación a nivel local y regional.

Por su parte, Vickery (1970: 154) afirma que el análisis documental, así como las diversas técnicas de recuperación, ha sido diseñado para ampliar la información científica en el campo estudiado; conocer áreas específicas de un texto y recabar la mayor cantidad de información disponible sobre un tema en particular. En efecto, el análisis documental va más allá de la recuperación de información pues sus propósitos están dirigidos a facilitar el

conocimiento y aprendizaje del investigador, usadas como sus herramientas en la toma de medidas y acciones (Peña y Pirela, 2007: 59).

Tal como se ha planteado, el análisis documental es el primer punto en el esquema de triangulación metodológica. El mismo ha sido desarrollado a partir de la recolección de información proveniente de fuentes secundarias, así como de los documentos primarios que sustentan el objeto de estudio. Entre ellos constan:

- “Planificación estratégica de intervención territorial con un enfoque de Comunicación Participativa y para el Desarrollo en el MAGAP” (MAGAP, 2016), un plan estratégico de comunicación con enfoque de Comunicación Participativa y para el Desarrollo, elaborado por la Dirección Nacional de Comunicación Social del Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca, implementado entre noviembre de 2016 y abril de 2017 con el objetivo de empoderar a los beneficiarios rurales mediante la participación y diálogo directo.
- “Declaración Final del Foro Regional Comunicación para la Agricultura Familiar y el Desarrollo Rural Sostenible”, realizado en Quito en noviembre de 2016. La organización del Foro estuvo a cargo del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés), la Reunión Especializada en Agricultura Familiar del Mercosur (REAF), junto al apoyo de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Este evento se realizó con el objetivo de propiciar el intercambio de experiencias sobre comunicación rural en la región y, a partir de ellas, establecer prioridades a ser atendidas desde políticas públicas que fomenten el desarrollo sostenible, mediante servicios de comunicación rural.
- “Comunicación para el desarrollo rural. Directrices para la planificación y la formulación de proyectos”, publicada por la FAO en la que se destaca la

importancia de la comunicación en iniciativas de desarrollo y cómo incorporar la comunicación para el desarrollo en proyectos de comunicación como alternativa para el desarrollo rural.

Estamos pues ante un corpus de documentos primarios de carácter institucional. Como nos recuerda Callejo, de acuerdo a su naturaleza y origen, los documentos pueden ser personales, cuando han sido escritos por una persona con el propósito de reflejar situaciones íntimas y documentos institucionales, generados expresamente para su acceso público y que “requieren la mediación de una organización que suele ser la encargada de lo que se denomina edición” (2009: 221).

Al tomar en cuenta la naturaleza institucional de los documentos que forman parte de la muestra del presente estudio, se pueden identificar las características que nos llevan a aseverar que los textos analizados reúnen factores operativos, que orientan a los receptores a seguir una línea de trabajo definida a partir de los objetivos y acciones trazados al inicio de los documentos y, además, factores teórico-literarios, que sustentan la necesidad de implementar un enfoque participativo y de comunicación para el desarrollo dentro de los procesos y programas de comunicación impulsados desde la institución del aparato estatal en cuestión.

La revisión y análisis de estas fuentes permitirá comprender las experiencias de intervención de la comunicación para el desarrollo desde distintos puntos de enunciación: el de la institución gubernamental, la organización internacional especializada en la materia y el de un espacio que recopila los principales aportes y recomendaciones de los países de la región sobre cómo promover proyectos e iniciativas de comunicación para el desarrollo rural. Pues tal como lo plantea Van Dijk, parte del trabajo en un análisis de documentos exige ir más allá de la información recopilada y esto se consigue mediante un detalle y revisión minuciosa de los contenidos de estos modelos que

[...] pueden ser (hipotéticos) modelos de hablantes o escritores y entonces respondemos de las “intenciones” del hablante o escritor. O pueden ser los modelos del receptor y entonces respondemos

de cómo un texto está siendo comprendido por un oyente o lector particular en un contexto específico (1996: 10).

Para referirse a los documentos, Callejo los describe como una unidad material de comunicación, almacenada en formatos diversos, físicos o virtuales, que tienden a simplificar el trabajo del investigador quien, por lo general y en casos de análisis de expresiones y manifestaciones verbales, se ve obligado a reconstruir los espacios histórico-sociales en los que se originan los puntos de enunciación del emisor, a partir de sus declaraciones y expresiones. En este sentido, “[...] puede definirse al documento como unidad material de información preexistente, en la que se encuentran rastros de la sociedad” (2009: 215).

Al ser considerado una unidad de comunicación, el texto está constituido por los elementos clave que integran los procesos comunicativos: emisor; receptor; un canal representado por el formato que lo contiene y, de manera especial, integra aportes de quienes lo han emitido así como de quienes reciben aquel mensaje, dando lugar a una interacción o relación social.

Como parte del tratamiento documental se procederá a la aplicación de técnicas que den paso a un análisis de la documentación recopilada para poder controlarla y utilizarla. En esto consiste la fase de recuperación de la información. Es decir, el análisis documental encuentra su sentido en la recuperación de información que solo puede ser posible a través de un riguroso proceso de análisis (Peña y Pirela, 2007: 58).

El tratamiento documental es un sistema donde se describe y representa un documento en forma artificial. Se ocupa de los metadatos y la metainformación, pero no se remite directamente al autor; posibilita la recuperación documental pero la metainformación disponible no es decisiva, se rige por normas e indica el contenido para su posterior recuperación (Dulzaides y Molina, 2004).

Con base en el aporte de Callejo, el análisis documental puede ser preparatorio, cuando da paso a la investigación, o constitutivo, pues propone un corpus o muestra de documentos a ser estudiados y del que se obtendrá el resultado e interno, representado en cuadernos de campo y observación participante (2009: 216). A partir de esta clasificación,

se ha determinado que el análisis documental constitutivo será la técnica ideal a ser aplicada en la presente investigación, puesto que el producto final de la misma será el análisis sociológico del discurso.

Entendiendo al análisis documental como una forma sintética de organizar y presentar las fuentes de información originales, también constituye un proceso que involucra la mentalidad de los individuos. Van Dijk (1996) afirma que en el análisis documental toman terreno los discursos y sus significados, así como el conocimiento y la parte subjetiva tanto de los sujetos que analizan los documentos como de aquellos que obtienen el análisis como resultado final, sin dejar de lado el factor ideológico y subjetivo de quienes construyen los discursos

sino que además es necesario ahondar en las motivaciones e inclinaciones de los autores de las informaciones, sus formas de percibir la realidad, sus inclinaciones afectivas, ideológicas, cognitivas y con ellas se desprende información implícita que también afecta al contenido informativo de cualquier documento, y que puede resultar de interés en el momento de consultar alguna fuente documental (Peña y Pirela, 2007).

3.3.2. Las entrevistas en profundidad, el diálogo frente a frente

Para comprender las mediaciones y visiones aplicadas en la elaboración de los planes de comunicación del MAGAP, se realizaron entrevistas en profundidad a sus actores institucionales directamente relacionados con el objeto de estudio. Al respecto, Fernanda Wanderley afirma que “las interacciones cara a cara son una instancia importante en la formación de las nociones y vivencias de los derechos ciudadanos” (2009: 01). Sin embargo, siendo el principal objetivo de este estudio comprender la aplicación de programas de comunicación para el desarrollo en Ecuador, María Cecilia de Souza sostiene que

Para comprender, es necesario tener en cuenta la singularidad del individuo, porque su subjetividad es una manifestación del vivir total. No obstante, es necesario tener en mente también que la experiencia y la vivencia individual no se agotan en sí mismas. O sea, el ser humano es un ser

histórico, contextualizado y envuelto por la cultura y es en el contexto de la vida colectiva que su existencia o la del grupo adquiere sentido (2010: 256).

Las entrevistas en profundidad son los encuentros personales entre el investigador y los actores informantes, establecidos con el propósito de ampliar y entender las perspectivas de estos respecto de su realidad, así como del objeto de estudio. En este proceso, el investigador juega un papel clave que lo cataloga como el instrumento mismo de la investigación (Taylor y Bogdan, 1992: 01).

Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas (*ibid.*).

A diferencia del análisis documental, la entrevista cualitativa abre un abanico de oportunidades que surgen del acercamiento entre el entrevistador/investigador y el entrevistado/investigado. Esto facilita al primero el acceso a una profundización de las experiencias relatadas por el o los investigados, así como las perspectivas según las cuales guían su accionar en la toma de decisiones relacionadas al presente estudio. Más allá de conocer su vínculo con el tema, las entrevistas en profundidad amplían la investigación hasta alcanzar aspectos sociales y personales de los sujetos investigados, por ende, esto implica un acercamiento hacia sus mediaciones y discursos.

Como parte fundamental en el desarrollo de esta investigación se entrevistó a cinco informantes clave:

- Diego Merizalde, licenciado en Comunicación; especialista en Comunicación estratégica; exdirector del Departamento de Comunicación Social del MAGAP (2012-2017), responsable principal del diseño e implementación de la estrategia objeto de este estudio.

- Belén Váscquez, ingeniera en Mercadeo y máster en Administración de Empresas; analista de Comunicación y administradora de las redes sociales del MAGAP, responsable de la coordinación logística e implementación del objeto de estudio.
- Eduaxis Alvarado, comunicadora social con especialización en Desarrollo Comunal y proyectos sociales de comunicación para el Desarrollo, responsabilidad social empresarial y gestión socio cultural. En 2016, se integró a la Dirección de Comunicación Social del MAGAP como especialista en comunicación para el desarrollo.
- Diana Pamela Rosero, profesional en Relaciones Internacionales y asuntos exteriores, máster en Comunicación y Responsabilidad social corporativa. Actual coordinadora de Relaciones Institucionales y Comunicación de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en Quito.
- Rosa Elena Vallejo, licenciada en Comunicación periodística, especializada en tecnología de medios y máster en Ciencias Sociales. Experiencia en radio, televisión y prensa escrita, directora de Comunicación en el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal).

Para el análisis de las entrevistas cualitativas⁷, hemos recurrido al análisis sociológico del discurso, que nos conecta con el análisis de la situación específica para, de esta manera, estudiar los conceptos, ideologías, paradigmas y elementos contenidos en los planes y políticas de comunicación para el desarrollo. Según Moreno, la combinación de ambos análisis obedece a la necesidad de reivindicar al sujeto por encima del discurso como tal. Esto es posible si se parte de una [...] “noción sociodiscursiva de la información que entiende el proceso comunicativo como un fenómeno cultural, no como una sucesión de textos aislados, de discursos que hablan al sujeto” (2015: 31).

⁷ Las transcripciones correspondientes a las entrevistas en profundidad de adjuntan como anexo al final de este trabajo.

Es importante recalcar que las entrevistas en profundidad destacan por su nivel de apertura, al aplicarse bajo una estructura diferente a técnicas de recolección de información cerradas, como la encuesta o los cuestionarios de entrevistas con opciones de respuesta múltiple. Las ventajas de la entrevista en profundidad radican en la soltura y naturalidad de una conversación que surge entre sus participantes y que permite, además de responder las inquietudes medulares, ahondar en aspectos que conllevan a un acercamiento con los factores subjetivos emocionales y cognitivos de quienes participan como informantes clave en el proceso de investigación. Además de aportar seguridad y confianza al desarrollo del proceso, se convierte en una técnica propicia para practicar una suerte de empatía que amplía los límites de posibles posturas iniciales adaptadas por el investigador.

Las fases del desarrollo de la entrevista en profundidad comprenden el diseño de su estructura, a través de un corto bloque de preguntas iniciales y generales sobre los puntos centrales; la aplicación, cuyo éxito depende en un alto grado de la capacidad del investigador para establecer un contacto inicial, así como de fomentar un ambiente de confianza y demostrar interés por el tema y, por último, pero no menos importante, el análisis de la información obtenida.

Para aplicar la técnica de entrevistas en profundidad, más allá del trabajo logístico que significó coordinar las fechas y lugares de encuentro, el punto de partida radicó en identificar y seleccionar los entrevistados idóneos, así como la elaboración de una estructura de guion de entrevista, que debió ser modificada y adaptada a cada uno de los informantes seleccionados. Es así que las preguntas aplicadas en los guiones para los tres integrantes del equipo de Comunicación Social del MAGAP giraron en torno a su vínculo y experiencia en el diseño y aplicación del objeto de estudio, tomando en cuenta las peculiaridades de sus figuras internas institucionales y sus responsabilidades durante el proceso. Para el guion de las representantes de la Academia (Ciespal) y el organismo internacional (FAO) fue necesario plantear preguntas que partieran de su experiencia personal y profesional e hilar los indicios que las vincularon con temas de Comunicación y Desarrollo. Por supuesto, su aporte y su criterio respecto de programas de comunicación para el desarrollo -como la estrategia objeto de esta investigación- se vieron vinculados a la

relación de ambas figuras institucionales como soporte y conocedor del objeto de estudio, en el caso de la FAO y como miembro facilitador en la organización del “Foro sobre comunicación para el desarrollo rural”, en el que Ciespal figuró como sede y coorganizador.

Así como lo advierte Alonso (1994: 03), es importante considerar que la entrevista debe leerse desde una visión interpretativa, reveladora de información que, más allá de ser falsa o verdadera, representa en sí un producto proveniente de un ser social, regido e influenciado por una realidad a ser contextualizada y contrastada. A su vez, el autor añade que

No hay lectura de la entrevista sin modelo de representación social y, por tanto, sus usos se inscriben en un proyecto de análisis de la realidad que no está en la simple transcripción o acumulación de las fuentes, sino en la construcción, por parte del investigador social, de una mirada propia sobre los materiales obtenidos (*ibid.*).

3. 4. Procesamiento de datos

3.4.1. Análisis sociológico del discurso

A través del estudio de las prácticas sociales, el análisis sociológico del discurso hará posible identificar y comprender las estructuras discursivas que se emplearon desde los sectores de poder, como base en la formulación de la política de comunicación para el desarrollo con enfoque participativo, implementada en la figura del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). La selección de la lógica de análisis sociológico del discurso se justifica por el mecanismo de acción que esta ofrece al situar al texto discursivo en la red contextual de las acciones que lo han generado, así como el entorno cultural e histórico en el que surge (Gutiérrez, 2009: 245).

Luego de más de diez años de la puesta en marcha de gobiernos progresistas que han planteado transformaciones estructurales, con características en común y una gran “responsabilidad histórica”, América Latina experimentó un fenómeno totalmente nuevo a nivel de la región (Acosta, 2010: 92). Parte de estas cualidades comunes se pueden evidenciar en los discursos sobre el desarrollo que fueron manejados a lo largo de esta

etapa. En ello radica la importancia y necesidad de recurrir al AD, pues leer un discurso permite leer la realidad social (Santander, 2011: 209).

Independientemente de las formas en las que se expresa un discurso (oral y textual), así como sus técnicas de reproducción y almacenamiento (cintas de televisión, archivos de audio y video), el sentido del discurso prevalece y se empodera en la intención de su autor, de la persona cuyas intenciones se reflejan en las ideas y el mensaje enunciado que se materializa en el texto (Gutiérrez, 2009: 246).

Sobre ello, es importante destacar que la dinámica y poder del discurso dentro de la representación de la realidad social ha evidenciado “los mecanismos mediante los cuales un determinado orden de discurso produce unos modelos permisibles de ser y pensar al tiempo que descalifica e incluso imposibilita a otros” (Escobar, 2007: 23).

Pensar el desarrollo en términos del discurso permite concentrarse en la dominación –como lo hacían, por ejemplo, los primeros análisis marxistas– y, a la vez, explorar con mayor productividad las condiciones de posibilidad y los efectos más penetrantes del desarrollo. El análisis del discurso crea la posibilidad de “mantenerse desligado de él [discurso del desarrollo], suspendiendo su cercanía, para analizar el contexto teórico y práctico con que ha estado asociado” (Foucault, 1986: 03). Permite individualizar el “desarrollo” como espacio cultural envolvente y a la vez abre la posibilidad de separarnos de él, para percibirlo de otro modo (*ibid.*:24).

Si como afirma Gutiérrez (2009: 248), el discurso constituye una práctica social, el hecho de que pueda ir más allá del lenguaje (oral o escrito) depende y se refuerza en la intencionalidad con la que se transforma en una acción social. Así pues, al momento de construir un discurso el autor plasma sus ideas desde sus convicciones, creencias e ideología, sin restarle importancia o dejar de lado la influencia de los espacios donde éste interactúa.

Respecto de la importancia del análisis sociológico del discurso, autores como Garretón (2007) y Santander (2011) destacan la pertinencia y necesidad de analizar los discursos puesto que constituyen productos y acciones comunicadoras, generados por y reproducidos en la sociedad y, a partir de su análisis, será posible definir sociológicamente

las visiones de esa sociedad inmersa en sus realidades. “Entonces, en ese sentido, analizar el discurso que circula en la sociedad es analizar una forma de acción social” (Santander, 2011: 210).

Sobre la base del análisis del discurso, existen diversos enfoques y lecturas promulgadas de acuerdo a los usos y aplicaciones del discurso, de las cuales se identifican tres niveles: informacional-cuantitativo; estructural-textual y social-hermenéutico, siendo este último aquel que permite estudiar su dimensión simbólica (Gutiérrez, 2009: 251) y que, junto al informacional serán aplicados a la presente investigación social.

El análisis del discurso es un instrumento que permite entender las prácticas discursivas que se producen en todas las esferas de la vida social, en las que el uso de la palabra –oral y escrita- forma parte de las actividades que en ella se desarrollan. [...] El análisis del discurso se puede entender, no sólo como una práctica investigadora sino también como un instrumento de acción social (Calsamiglia y Tuson, 2001: 19).

De esta manera, el AD permitirá analizar las estrategias discursivas utilizadas en el objeto de estudio, pues además de centrarse en la problemática social también se enfoca en la figura del discurso como mecanismo de reproducción de la dominación o abuso de poder (Van Dijk, 2003:144). Al haber naturalizado las relaciones de poder, en la sociedad actual la represión ha sido relegada por el manejo de la mente de quienes integran los grupos dominados, a través de la palabra envuelta en un proceso de colonización social del discurso (Fairclough, 1989: 98), en el que la comunicación sirve de canal para la difusión de la ideología y ésta, a su vez, surte efecto a través del lenguaje (*ibid.*: 02).

Si bien el análisis del discurso se suele aplicar al estudio de documentos y textos preexistentes, las características de ambas técnicas califican de sobremanera para el análisis de información recopilada a través de entrevistas en profundidad, en donde prima el interés de encontrar el sentido de lo enunciado por los informantes clave, sin tener que centrarse en la cuantificación de las unidades mínimas de análisis propuestas por el análisis de contenido (Callejo, 2009: 225).

El discurso social es un vehículo a través del cual transmitir valores, ideas, hábitos, y otras prácticas sociales relacionadas con los sujetos que lo enuncian o expresan. De modo que el investigador social, a través del discurso, accede a un doble plano de la realidad social objeto de estudio [...]. Por tanto, el análisis de discurso debe ser entendido como una labor analítica ambigua que rompe y descompone el texto para luego suturarlo y recomponerlo de nuevo interpretándolo (Gutiérrez, 2009: 249-250).

Sobre el análisis hermenéutico del discurso, Gutiérrez afirma que no hay comprensión del texto sin interpretación, ya que el texto contiene internamente lo que quiere decir a la vez que remite a aquello externo por lo cual ese texto fue escrito o hablado (2009: 257). “En definitiva interpretar un texto, según el uso hermenéutico consiste en descifrar el sentido oculto en el sentido aparente, desplegar los niveles de significación implicados en la significación literal” (*ibid.*: 257).

Es, entonces, a partir del análisis hermenéutico, que se logra llegar al sujeto como actor social del discurso, entendido como un producto de ese accionar social que surge desde el contexto, historia y lugar de enunciación del sujeto. Poder llegar a este sujeto requiere obligatoriamente de un análisis informacional que representa una vitrina en la que se observan las interacciones sociales y los elementos sobre los cuales se desarrolla esa interacción.

Pese a que el análisis del discurso parte de un texto, no necesariamente se encuentra en el texto (Gutiérrez, 2009: 259). Es por ello que el AD no enfoca su aplicación en los documentos o textos preexistentes, sino que presta especial atención a aquellas situaciones discursivas sociales en las que se originaron. Es decir, el texto es la unidad base de la cual se obtiene el componente simbólico que da sentido y significado al discurso.

Una vez realizado el trabajo de campo y para alcanzar los objetivos planteados, se determinó aplicar un nivel macrosocial de análisis sociológico del discurso, que plantea la reconstrucción de las bases e intereses sociales vinculados al corpus de estudio, los mismos que han sido determinados por los contextos histórico y sociopolítico del texto (Gutiérrez, 2009: 261-262).

El contexto de una unidad sociopolítica determina los lugares desde los cuales se deben enunciar o releer dichos significados discursivos. A este nivel, la enunciación de los significados referidos se produce y cobra un sentido más amplio dentro de las instituciones y organizaciones donde se ponen en práctica toda una lucha o influencia por mantener ciertos sentidos discursivos dominantes.

Respecto del análisis sociológico del discurso y su uso hermenéutico, se contemplan las categorías de intertextualidad, para identificar los aportes textuales-teóricos que conforman la muestra; interdiscursividad, que permitirá determinar los tipos de discurso presentes y la coherencia, para analizar si el factor intertextual se relaciona o alinea al interdiscursivo (Moreno, 2015: 273) partiendo del uso hermenéutico del análisis que, al considerar al discurso como una acción social y comunicativa, evoca la importancia de estudiar los aspectos externos asociados directamente a su producción (Gutiérrez, 2009: 254).

3.4.2. Categorías de análisis

Para el diseño de la metodología, se establecieron categorías de análisis que se operacionalizan a partir de dos enfoques, uno teórico y otro discursivo, planteados a partir de los objetivos que persigue la investigación y estudian dos aspectos concretos: la comunicación para el desarrollo y su inserción en la comunicación de instituciones del aparato estatal.

El primer enfoque recoge tres categorías representadas por bloques teóricos, a raíz de los cuales se desarrolla la investigación. Estos son: la comunicación para el desarrollo; conceptos y modelos de desarrollo; principales características de la relación entre desarrollo y comunicación y la inserción del desarrollo en una comunicación que busca el cambio social.

Sobre el segundo enfoque, se establecieron categorías para el análisis del discurso institucional como la intertextualidad, que identifica los diversos textos contenidos en la muestra de estudio y la interdiscursividad, para entender las prácticas discursivas orales y escritas identificadas en la muestra.

A partir de ambos enfoques, las categorías se operacionalizan al aplicar el análisis documental y el análisis del discurso, para determinar si existe coherencia entre los resultados obtenidos de la muestra y si estos responden a los objetivos específicos: qué elementos teóricos integran el objeto de estudio y qué mediaciones se desprenden del discurso enunciado por los actores responsables.

CAPÍTULO IV

4. 1. La comunicación en Ecuador y sus intentos por alcanzar el desarrollo

Los capítulos previos esbozaron una descripción sobre el contexto histórico, social, económico y político del Ecuador, así como un recorrido teórico por experiencias de comunicación, a nivel región-país, que han conformado el panorama en el que surge el objeto de estudio de esta investigación. Sin embargo, ¿cómo ha sido la inserción del paradigma del Buen Vivir en la comunicación de instituciones gubernamentales, a través de programas y estrategias de comunicación con enfoque en el desarrollo social?

En el presente capítulo se aplicará el análisis sociológico del discurso -contexto, cultura e historia- (Gutiérrez, 2009) sobre la muestra seleccionada, de manera secuencial y con el soporte teórico desarrollado, lo que permitirá comprender y explicar los rasgos textuales y discursivos, a partir de las variables de análisis previamente definidas en el marco metodológico y que serán aplicadas a los documentos de estudio y las entrevistas en profundidad.

Tanto el análisis documental como la presentación e interpretación de las voces, enunciadas oralmente o por escrito, permitirá identificar y analizar las medicaciones y fundamentos conceptuales a partir de los cuales se generó el objeto de estudio, así como los elementos que fueron considerados en el proceso. Es decir, el análisis girará sobre un discurso en el que se asientan los antecedentes, líneas políticas y las acciones trazadas para dar paso a la implantación de un modelo de comunicación diferente respecto del existente a nivel de instancias de Estado.

A efectos del análisis discursivo, es importante mencionar que los tres actores principales que integran el equipo de Comunicación del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) se diferencian no solo en su jerarquía, sino por su función durante el proceso de elaboración e implementación del documento “Planificación estratégica de intervención territorial con un enfoque de Comunicación Participativa y para el Desarrollo en el MAGAP” (MAGAP, 2016). Esto los distingue en su intervención y también en la responsabilidad atribuida a cada uno de ellos, es así que, el

exdirector ha sido identificado como el autor principal, delegado por la autoridad ministerial; la especialista en comunicación para el desarrollo estuvo a cargo de la elaboración del texto y la analista de comunicación fue la coordinadora logística cuya acción se materializa al momento del despliegue en territorio.

En este sentido, adquiere vital importancia describir el entorno institucional y sociopolítico en el que la Dirección de Comunicación de MAGAP decide implementar el enfoque participativo y de desarrollo social en sus procesos y estrategias comunicacionales, así como las bases teóricas y discursivas sobre las que trabajó la entidad.

De acuerdo a la propuesta de Van Dijk (2003), el análisis iniciará a partir de la organización de la información a través de bloques temáticos o macroestructuras que corresponden a los pilares teóricos sobre los cuales se ha regido esta investigación. De esta manera, el primer apartado presenta una contextualización de las políticas de comunicación en Ecuador, para comprender el entorno político, normativo y social que precedió la implementación del objeto de estudio; el segundo, identifica los conceptos de desarrollo reflejados en la muestra y el nivel de conocimiento de sus autores respecto de este tema; el tercero, se centra en el análisis de los ejes del objeto de estudio y cómo fue la transición de la propuesta textual hacia la práctica social; el cuarto, compara las propuestas contenidas en la muestra y las consignas que persigue el paradigma del Buen Vivir, para identificar relaciones de coherencia retórica y práctica.

4.2. Antecedentes de políticas de comunicación para el desarrollo rural y la agricultura familiar en Ecuador

Estudiar la comunicación desde el ámbito de la política pública implica considerar los factores que determinan su estructuración y aplicación, así como los elementos que la integran, tomando en cuenta que su creación es un proceso comunicativo en sí que busca generar cambios a partir de su implementación (Velásquez, 2014:24).

Tal como se expuso en el marco contextual, la última década de gobierno, liderada por el proyecto de la Revolución Ciudadana, supuso un giro social y político que

promoviera un nuevo concepto de nación, basado en principios de inclusión y multiculturalidad, nacientes del *Sumak kawsay* o Buen Vivir. Un nuevo paradigma que propone la armonía entre el ser humano y su entorno natural, retoma los saberes y valores ancestrales de los pueblos y nacionalidades que conforman la nación y se abandera de alternativas distintas a modelos desarrollistas, que fueran impuestos bajo esquemas verticales en los que desarrollo había sido sinónimo de industrialización y crecimiento económico, alejando su mirada sobre los factores humano, histórico, cultural y ambiental propios de los individuos y las sociedades.

A partir de aquel giro, las propuestas del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017 se encaminaron hacia la implementación del Buen Vivir en las acciones y programas diseñados según los objetivos que permitirían el progreso socioeconómico del país respecto de la región, mediante nuevas formas y modelos de producción y organización de la sociedad. Esto con el propósito de atenuar la sombra y aligerar el peso de desaciertos cometidos por gobiernos anteriores, que condujeron al país hacia una ola de inestabilidad económica, política y social, reflejada en el mayor flujo migratorio de la historia del país y la devaluación de la moneda nacional que conllevó una economía dolarizada.

Ciertamente, ese cambio estructural también consideró a la comunicación como herramienta dentro de aquel eje social sobre el cual giró la propuesta del Buen Vivir. Sin embargo, previo a este punto de inflexión, la comunicación presentaba rasgos en su actuar que obedecían a hegemonías y lógicas impuestas desde los modelos dominantes, según las cuales los medios de comunicación han sido monopolizados por grupos de poder económico y, por tanto, obedecen a líneas de comunicación mercantilizada, donde la información baila al son de los intereses de quienes manejan los medios.

A partir de la reestructuración del Estado, promulgada en la Constitución de Montecristi y el Plan de Desarrollo, se crea la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) bajo la consigna del control, regulación y democratización del derecho a la información y comunicación en el país, a través de la participación y corresponsabilidad entre ciudadanía y Estado (FEC, 2013: 245). A ello conviene añadir la consigna según la cual la creación de instituciones públicas obedecería al propósito de fomentar el desarrollo, a partir de nuevas

ideas y definiciones enunciadas por los responsables del aparato estatal (Cardoso y Faletto, 1977: 06).

Según la propuesta de Beltrán (1976), la formulación de políticas públicas de comunicación será el camino hacia una necesaria democratización de la comunicación en la región, siempre y cuando su origen sea motivado por el consenso y la participación social y su línea de trabajo pueda resistir remesones políticos y económicos propios de los cambios en la administración pública.

Desde una mirada hacia experiencias de comunicación para el desarrollo en Ecuador y en la región, es posible identificar situaciones que se presentan de manera simultánea en los países que integran esta última, las mismas que reflejan vacíos y ausencia de políticas públicas que promuevan programas de desarrollo a partir de estrategias y planes de comunicación, como una herramienta clave a la hora de otorgar protagonismo a los actores principales. En este contexto, es preciso resaltar la declaración final del “Foro Regional Comunicación para la Agricultura Familiar y el Desarrollo Rural Sostenible” -realizado en Quito en 2016- la cual hace hincapié en la ausencia de marcos políticos e institucionales que regulen y fomenten acciones de comunicación para el desarrollo rural y la agricultura familiar.

Al analizar este documento, se identifica una estructura conformada por un preámbulo que recoge los principales rasgos y características de la agricultura familiar en la región, sus ejes de acción e impacto en la vida, salud y bienestar de los agricultores. Así pues, destaca que

La mayoría de agricultores familiares viven en áreas rurales desfavorecidas y se enfrentan a diversos retos sociales, económicos y medioambientales, que engloban cuestiones como el acceso a mercados hasta el cambio climático. Estos desafíos hacen que la agricultura se base cada vez más en el conocimiento como un recurso estratégico, y que de forma creciente los medios de vida de los agricultores familiares dependan del acceso a la información pertinente a sus necesidades (VV.AA., 2016).

A su vez, el informe detalla el propósito principal del Foro: promover servicios de comunicación rural como un soporte estratégico en la generación de políticas públicas y programas enfocados en el desarrollo rural sostenible en América Latina. El informe avanza con las principales conclusiones obtenidas a través de las actividades de participación y trabajo grupal contempladas en la metodología del Foro, las mismas que alternaron grupos integrados por representantes de ministerios de agricultura de la región, representantes de organizaciones de productores, medios comunitarios e investigadores.

Los grupos facilitaron el intercambio de experiencias y demandas respecto de las necesidades de los participantes en relación con la formulación de políticas y el fomento de servicios de la comunicación rural. Al final, incluye una hoja de ruta con propuestas para la presentación de dichas conclusiones ante organismos internacionales como la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), actividades de capacitación y, sobre todo, integración en grupos temáticos que garanticen la continuidad e impulso de los objetivos del Foro.

En contraste con la propuesta de Beltrán, una de las principales conclusiones de dicho informe pone de manifiesto la presencia de

[...] una lectura extractivista y difusionista, que confunde comunicación con información y visibilidad y que, en el mejor de los casos, fomenta el uso de tecnologías de la información sin garantizar contenidos adecuados y servicios dedicados de comunicación que pongan en valor la creatividad y las especificidades socio-productivas y culturales de las comunidades. Se subrayó la falta de coordinación intersectorial entre las instancias gubernamentales que norman el sector agrícola y de desarrollo rural y el sector de los medios y telecomunicaciones, así como la importancia de la participación de la sociedad civil y de las mismas organizaciones de productores en la definición y puesta en marcha de servicios de comunicación rural que beneficien la agricultura familiar (*ibid.*: 2016).

En este contexto, la comunicación ejercida desde entidades del aparato estatal, como en el caso específico de MAGAP, amplía su eje de trabajo para salir de ‘la comunicación de escritorio’ hacia un nuevo modelo de trabajo horizontal, que intenta disipar la función

asistencialista y paternalista del Estado respecto de sus principales beneficiarios: la ciudadanía.

En septiembre de 1973, el Estado dispuso la creación del Ministerio de Agricultura y Ganadería como el “encargado de formular y ejecutar la política sobre investigación, producción y comercialización de los productos agropecuarios; reforma agraria y colonización; riego y desarrollo rural”, con el propósito de fomentar el crecimiento agrícola y ganadero, la generación de plazas de trabajo y una mejor redistribución de los ingresos del país (Decreto Supremo 162, 1973).

Desde 2012 hasta mayo de 2017, el poeta, novelista y comunicador social ecuatoriano Javier Ponce Cevallos ejerció el cargo de ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Previo a su paso por el Ministerio, Ponce estuvo vinculado a proyectos de desarrollo rural y comunicación en la Secretaría Nacional de Desarrollo Rural. Respaldo en sus conocimientos y experiencias previas, pero sobre todo desde su profesión como comunicador social, en 2016 el por entonces ministro dispuso la implementación de un modelo de comunicación distinto al que se había replicado hasta ese entonces:

La primera directriz que Javier Ponce me dio cuando era director, me dijo, yo no quiero ninguna fotografía mía ni ninguna fotografía de las autoridades en la página web ni tampoco en redes sociales. Yo le pregunté que cuál era la perspectiva y me dijo: “Carajo, ¿no ves para quién trabajamos?”. Me dijo que nosotros trabajamos para la gente. Entonces, al buen entendedor pocas palabras. [...] Javier Ponce siempre ha estado con el sector campesino, no era un aparecido en agricultura, él sabía qué es lo que la gente necesitaba y por eso solamente había que entenderle las lógicas. A partir de esto la lógica nuestra cambió en comunicación, ya se basó en escuchar ya no en decir (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

En 2016, tanto su denominación como las atribuciones de esta entidad se extendieron hacia los sectores productivos de Acuacultura y Pesca denominándose así Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, cuya misión

para el 2020 es contar con un modelo de gestión de calidad basado en sistemas de información y comunicación que posibiliten la producción de bienes y servicios que garanticen la seguridad alimentaria del país, el crecimiento y desarrollo equitativo, generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social, sostenibilidad ambiental e identidad cultural (MAGAP, 2016).

Gráfico 1. Características de la Comunicación de MAGAP



Elaboración propia

Desde su creación, la entidad ha desarrollado programas y proyectos relacionados a su naturaleza y los sectores atendidos, quienes no solo demandan insumos para la producción sino, además, acciones comunicativas que faciliten a los productores el libre acceso a información enfocada en las necesidades de una ruralidad integrada por agricultores, campesinos cuyas formas de organización y vida giran en torno a la economía familiar.

Regida por un Estatuto Orgánico por Procesos, la gestión de comunicación de MAGAP busca

Posicionar y difundir de manera oportuna y transparente la gestión institucional, desde el aspecto estratégico y operativo, a través de las distintas herramientas comunicacionales, de forma inclusiva y en constante relación con los medios de comunicación (Registro Oficial 198, 2011).

Entre sus atribuciones figuran la formulación de políticas de comunicación e imagen institucional; la elaboración de un Plan Anual de Comunicación; la evaluación de los resultados de la aplicación de dichas políticas; asesoría directa a la autoridad ministerial; apoyar la difusión de mensajes institucionales y la gestión del Ministerio, mediante la creación de políticas internas y externas y campañas publicitarias (*ibid.*).

En cuanto a su estructura, la Dirección Nacional de Comunicación cuya sede radica en la planta matriz del Ministerio -ubicada en Quito-, cuenta con tres unidades administrativas de comunicación: interna, externa y política, con énfasis en prevención y crisis. La interna, contempla una gestión de difusión enfocada en la normativa de la institución, mediante carteleras, plataformas de uso y acceso interno como intranet e informes periódicos sobre la gestión de la Dirección de Comunicación. La externa, plantea la creación de planes estratégicos; alineación y cumplimiento de las políticas gubernamentales expedidas por la Secretaría Nacional de Comunicación (ente rector de la Comunicación a nivel gubernamental), haciendo especial énfasis en las acciones y productos destinados exclusivamente a difundir las actividades de la autoridad ministerial: boletines de prensa, campañas publicitarias, eventos públicos, redes sociales y página web institucional, entre otras. Dentro de las acciones establecidas bajo la comunicación política destacan: la formulación de estrategias con enfoques de crisis, alertas y estrategias de respuesta ante situaciones de conflicto político, elaboración de discursos y formación de los voceros, a través de *media training* y manejo de su imagen política.

Esta revisión de la estructura de gestión comunicacional del Ministerio refleja un estilo de comunicación difusionista con énfasis en la promoción de las actividades de la institución y su máximo representante. El estatuto menciona atribuciones en las que el principal cliente/beneficiario son los medios de comunicación y, por lo tanto, los insumos producidos responden a formatos que no necesariamente reflejan una atención o interés hacia las necesidades y realidades de los productores del agro. De hecho, tomando en

cuenta la interdiscursividad de quienes integraron el equipo de comunicación durante el período 2016-2017, y de acuerdo al modelo de comunicación institucional aplicado previo a la creación del plan estratégico de comunicación para el desarrollo, se evidencia que

esta dirección de comunicación social es un área que hace difusión y difunde todas las acciones del Ministerio, a través de todo el país. Pese a ello, quiero poner énfasis que Diego Merizalde en el año 2016 haya tenido esta iniciativa, no quiere decir con esto que fue la primera vez que se hace esto en el Ministerio de Agricultura y Ganadería, aunque yo soy nueva en la ciudad, nueva en el país de lo que he podido investigar, se han hecho muchos experimentos de comunicación para el desarrollo, pero no siguiendo una estrategia como tal (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Por su parte, la cabeza de la unidad menciona un tipo de trabajo que se desliga del difusionismo institucional para optar por un nuevo enfoque que busca romper con aquel modelo vertical y asistencialista bajo el cual trabajó la institución. Este nuevo giro respondía a una orden jerárquica que partió de la experiencia y formación previa de un ministro comunicador con bagaje laboral y conocimientos relacionados a la comunicación y el desarrollo social, que generaron en él las intenciones de optar por una nueva comunicación. Una autoridad exigente de los derechos de los usuarios a poder emitir su opinión y quejas acerca de la información que recibían, tal como lo describe el exdirector de Comunicación “era un ministro al que no le gustaba tener un blog ni aparecer en las fotografías, como lo hacen las demás autoridades de estado”. A partir de aquella visión, las primeras reestructuraciones empezaron a tomar forma y materializarse en las acciones encaminadas hacia una comunicación que priorizara la participación de los agricultores y

Ese fue el lineamiento que nosotros adoptamos. Entonces toda la lógica de trabajo se hacía desde la gente, las entrevistas, toda la información que se sacaba era desde la gente. La lógica no era que el ministerio entregó tal cosa, sino que el productor recibió y se benefició. [...] Para nosotros el tema de la comunicación participativa y la comunicación para el desarrollo casi era una obligación porque lo que hacíamos era trabajar con la población directamente, eso nos exigió a nosotros tener una perspectiva de trabajo que nos permita que la gente se vaya empoderando del trabajo de comunicación que se hacía y eso obedecía a ciertas lógicas para que la gente se movilice y no en

términos políticos de tira piedras, pero si en términos políticos de movilización para que la gente solicite incluso sus derechos (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Sin embargo, y partiendo de las atribuciones de la gestión de comunicación del Ministerio, que plantean la generación de políticas internas y externas, es necesario rescatar el aporte de Cimadevilla (2004) al afirmar que, como parte de las acciones intervencionistas de los Estados, la comunicación constituye una herramienta que canaliza aquella intervención, a través de sus actores, insumos y formatos de difusión. Entonces, si MAGAP cumple con el perfil de una entidad intervencionista, ¿qué lo motivó a volcar la mirada hacia conceptos de desarrollo social y Buen Vivir?

Si, tal como sostiene Velásquez (2014), el paso previo al diseño de una política pública implica conocer el entorno y contexto social, cultural y económico del grupo sobre el que será aplicada, este factor será clave para definir su validez, así como para garantizar su continuidad. Es decir, una de las cualidades que deben destacar en la generación de política pública es la participación activa de los actores que se beneficiarán de la misma y, para ello, deben ser reconocidos desde el momento de la formulación hasta su implementación. Todo ello implica un proceso en el que la comunicación figura como principal facilitadora del diálogo social.

En este sentido, al tratarse de una institución gubernamental de asistencia directa a la ciudadanía, se espera que sea esta quien tome partida y esté directamente vinculada en acciones que promuevan el cumplimiento de los objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo. No obstante, quizá la comunicación requiera una mayor apertura hacia mecanismos que fomenten el diálogo y otorguen no solo voz, sino también aptitudes, a quienes continúan siendo tratados como receptores en un esquema de comunicación vertical.

4.3. Enfoque de desarrollo social en la comunicación gubernamental: de las intenciones surgen los intentos

Gráfico 2. Principales funciones de la comunicación en los proyectos de desarrollo



Fuente: FAO, 2016: 06

De acuerdo a lo establecido por la FAO (2016) en el gráfico 2, al estar presente en las fases de formulación, aplicación y evaluación de proyectos de desarrollo, la comunicación se convierte en la vía idónea para facilitar una adecuada planificación, a través de un diagnóstico de las necesidades de los públicos objetivos, el llamado a la participación y compromiso de los mismos así como la producción de aportes que promuevan mejoras al momento de presentar y procesar los resultados, posteriores a la implementación de proyectos.

Por ello, los diagnósticos son punto de partida de todo proceso de Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible (CDES), tratando de conocer las causas de los problemas de desarrollo a abordar para atacarlos y poder colocar soluciones en la mente de las personas, para la participación (Unesco, 2008: 35).

Si bien el accionar a nivel institucional tiende a desarrollarse y es propenso a alteraciones que pueden surgir a partir de órdenes o disposiciones emitidas de manera vertical, el caso de MAGAP no ha sido la excepción. Tal como lo destacó su exdirector, la naturaleza de la institución exige un trabajo directo con los productores para atender sus

demandas y en esta ocasión aquella visión inició desde la experiencia y conciencia de la máxima autoridad ministerial.

Aquella disposición jerárquica representó el inicio de una tarea que requeriría la articulación de una estrategia con un enfoque alineado a las propuestas del Plan de Desarrollo, que refleje los principios de integración, participación ciudadana, multiculturalidad y respeto hacia los conocimientos y prácticas ancestro-culturales de las comunidades del campo.

Un día vino Diego y nos dijo: “el ministro me ha pedido esto, ¿cómo hacemos?”. Entonces empezamos a dar nuestras ideas porque eso era algo bueno de Diego, que nos reunía y como grupo empezamos a armar nuestra estrategia y así fue como empezó (Belén Vásconez, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Pero para dar el salto hacia un nuevo enfoque, era indispensable contar con el conocimiento suficiente que se convirtiera en el punto de partida y pilar de este proyecto. Al respecto y de acuerdo a lo señalado por Servaes (2000: 49), existe una relación entre comunicación y desarrollo que viene a ser determinada y regida desde el campo de acción del desarrollo y la percepción que de este se tenga. En esta relación, tanto discurso humano como la metodología de la comunicación deben ser coherentes entre sí y, para garantizar esa coherencia, la generación de los proyectos de política pública debe prestar especial atención a las particularidades que darán sentido a su estructura y, sobre todo, establecer mecanismos de evaluación que determinen su impacto y validez, porque

Decir que ahora todas las políticas públicas incluyen este enfoque participativo, no lo podríamos asegurar. Eso depende todavía si las agencias internacionales que tuvieron mucho que ver y que, incluso se formaron después de la Segunda Guerra Mundial y que aplicaron varios problemas aquí en América Latina, siguen manejando este enfoque de comunicación. También es importante mencionar que hay que identificar cuándo necesitamos qué cosa, en algún momento tal vez, en un programa, será necesario hacer una campaña de comunicación lineal; en otros momentos, será importante que la comunidad se apropie de esos temas para decidir, por ejemplo, de qué quiere esa campaña de comunicación (Rosa Vallejo, directora de Comunicación – Ciespal).

En tal contexto, evaluar la fase conceptual del objeto de estudio requiere de un análisis del diseño de la estrategia en cuanto a su coherencia y racionalidad. Esto con el propósito de determinar si los objetivos que impulsaron su creación fueron definidos con claridad y opción a ser medidos, en función de la problemática identificada y, así, poder “examinar la lógica del modelo de intervención diseñado, tanto de forma interna al programa como en relación con otras políticas y programas” (Osuna y Márquez, 2000: 18).

La evaluación se integra, en esta concepción holística, desde el primer momento de la planificación y no en una última fase, independiente y asociada exclusivamente al análisis de los resultados e impactos del programa. Planificación y evaluación se convierten en procesos relacionados que caminan a la par (*ibid.*).

En este sentido, uno de los pilares de la estrategia de comunicación para el desarrollo elaborada por el MAGAP fue el documento de trabajo institucional “Planificación estratégica de intervención territorial con un enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo en el MAGAP” (MAGAP, 2016). Resulta imprescindible para nuestros objetivos de investigación el análisis del formato y la estructura textual, los conceptos y pilares teóricos sobre comunicación y desarrollo que sustentaron dicho texto, así como la injerencia y el aporte de los integrantes del equipo de Comunicación del Ministerio que estuvieron a cargo de su diseño e implementación. El director de dicho equipo resumía el espíritu del plan estratégico estudiado a partir de aportes teóricos que facilitarían la comprensión del público objetivo a quien estuvo dirigido, al afirmar que

Desde lo académico fuimos viendo otras alternativas. Vimos a Todorov, que trabajaba sobre el problema de la otredad. Este autor da tres alternativas: amar, odiar o conquistar. Pero a nosotros se nos hacía un poco complejo porque primero vas a trabajar con el sector campesino y el sector campesino la verdad es bien difícil, es un sector súper inconforme (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Al revisar el documento se observa una estructura con los siguientes apartados:

1. Antecedentes
2. Diagnóstico
3. Justificación
4. Objetivo general
5. Objetivos específicos
6. Acciones
7. Estrategias
8. Marco lógico del plan estratégico de intervención territorial con un enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo en el MAGAP
9. Cronograma de actividades del plan estratégico de intervención territorial con un enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo en el MAGAP (2016-2017).

Sin embargo, se observa que el documento no presenta un detalle de autores, que permita identificar quiénes emitieron su aporte o qué sección elaboraron. En el proceso, la Dirección de Comunicación identificó la necesidad de contar con el refuerzo de un especialista en temas de comunicación y desarrollo rural que, a través de sus conocimientos y experiencia, formulase un acercamiento teórico-metodológico que garantizara una estrategia exitosa.

Quando viajábamos a las provincias, Diego se reunía con los directores y les explicaba, pero no todos le dieron la importancia del caso, por eso Diego pensó que sería importante traer gente de afuera especialista en Comunicación para el Desarrollo, pero esto ya fue al final. Pero nosotros empezamos a trabajar esto desde el año anterior (Belén Vásquez, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Sobre la necesidad de contar con especialistas que formulen estrategias de comunicación para el desarrollo, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), citando a Oepen (2000), se refiere a una estrategia de comunicación para el desarrollo sostenible como “el planteamiento y uso

estratégico de procesos de comunicación y manejo de medios para soportar la toma de decisiones, la participación pública y la implementación de proyectos, para lograr el desarrollo sostenible” (Unesco, 2008: 51). Así mismo, describe a este tipo de comunicación como el mecanismo ideal para generar conciencia en los públicos objetivos y conseguir, de esta manera, su participación activa en iniciativas de gestión del desarrollo. A la vez, advierte sobre la importancia de “tomar en cuenta la actitud previa del público objetivo (...) [y] “no creer que las verdades científicas son convincentes por sí solas” (*ibid.*: 52), puesto que el efecto de los mensajes depende no solo de la información entregada sino, sobre todo, de la forma en que el público receptor procesa y decodifica dichos mensajes. Incluso, comprender los objetivos para poder articular los mensajes a emitir resulta un trabajo que demanda investigación obligatoria y estrictamente necesaria. Desde esta óptica, la primera tarea que debió afrontar el equipo fue su propia inmersión en lo que significa la comunicación para el desarrollo y las cualidades que deberían ser aprovechadas y traducidas a un lenguaje cercano a la población rural.

Para nosotros los comunicadores institucionales era una lógica totalmente diferente y empezar a trabajar con dos lógicas, la lógica mediática y la otra territorial, es decir, nos tocaba ir a territorio y empezar a hacer el trabajo por la gente, más horizontalidad. Esto se volvió para nosotros un desafío, para mí era cambiar los esquemas que yo tenía en comunicación institucional y tratar de comprender esa nueva lógica que el primer personaje institucional quería, pero esto no era bien entendido por eso nos costó a nosotros al menos seis o siete meses para tratar de entender esa nueva lógica que la autoridad quería (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Según el documento que contiene la estrategia de MAGAP, las acciones y programas implementados por la institución han sido exitosos en cuanto a mejoras en la producción agrícola *per se*, pero destaca que, para alcanzar el desarrollo humano, a través de la participación de los productores del campo y sus familias,

es necesaria la adopción de nuevos retos en el accionar de los proyectos, en el diálogo directo, ya que hay un despertar la conciencia de los rurales, a fin de que se conviertan en sujetos de su propio

cambio, que tomen decisiones, que sean propositivos y planificadores desde su entorno, desde lo individual, familiar y comunitario (MAGAP, 2016).

La estructura de dicho texto presenta un diagnóstico y antecedentes justificados en el trabajo institucional y difusionista que la comunicación del Ministerio habría manejado hasta la llegada del exministro Ponce, en 2012. En ambos apartados se hace referencia a un modelo lineal limitado por su sistema de difusión sin acceso a “retroalimentación y circulación de información que pueda generar cambios de actitudes, motivar la participación y toma de decisiones comunitarias y organizacionales” (Ídem). Al mismo tiempo, se evidencia que el diagnóstico previo a la elaboración del plan obedeció a situaciones limitantes de la comunicación institucional, mas no presenta un estudio o levantamiento de información sobre el contexto social, económico y cultural del grupo objetivo para el cual se diseñó el plan, pues

se iba a aplicar en masa, a nivel nacional porque uno de los aspectos donde Diego y yo tuvimos divergencia es que él utilizaba mucho la palabra diagnóstico y yo tenía que trabajar con un diagnóstico de cada zona y a partir de eso conocer la idiosincrasia, la cultura, los valores y los modos propios de cada espacio de las provincias y cantonales, se iban a aplicar diferentes estrategias. Sin embargo, por la presión del tiempo que se disponía para crear el plan, no me fue posible levantar esta información (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

A partir de esta situación, se infiere que la fase previa de diagnóstico aplicada por MAGAP excluyó factores clave para la implementación del plan estratégico, tales como identificar las características sociales y culturales de los productores, así como sus opiniones y análisis preliminar de la situación, emitiendo un diagnóstico construido sobre las necesidades comunicacionales a ser implementadas desde la institución, para la institución (FAO, 2016: 29). Cabe señalar que como antecedente principal el documento destaca la ausencia de planes de comunicación participativa con énfasis en el desarrollo rural y, a partir de esta observación, se exhorta la necesidad de recurrir a una comunicación para el desarrollo que persiga la participación como eje del cambio social.

Nos dimos cuenta de que la manera cómo estábamos manejando la comunicación no era la manera de llegar a la gente, porque no era una comunicación rural, porque si bien llegaba a las ciudades a la parte urbana, pero no era rural. Entonces empezamos a crear una comunicación más cercana. A través de mensajes del estilo: “si usted quiere acceder a esto acérquese a o comuníquese con...” (Belén Vásconez, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

El documento, *grosso modo*, describe los principales rasgos de ambos tipos de comunicación, institucional y para el desarrollo, a través del siguiente cuadro:

Gráfico 3. Diferencias entre comunicación como sistema y comunicación como red o para el desarrollo

	Comunicación institucional 	Comunicación para el desarrollo 
Objetivo	Difundir información, persuadir para cambio de actitudes	Establecer diálogo, compartir conocimiento y crear consenso para cambios
Modelo	Unidireccional, vertical	Bidireccional, horizontal y circular
Orientación	Resultado predefinido	Proceso define resultado
Canales	Prensa, radio, TV, web, boletines, campañas públicas	Comunicación verbal y escrita con o sin utilización de medios
Papel del comunicador	Diseñar métodos y mensajes, seleccionar canales de difusión	Crear espacios de intercambio, facilitar diálogo, desarrollar estrategias de comunicación para el cambio

Fuente: Dirección Nacional de Comunicación MAGAP – 2016

Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) afirma que comunicación y desarrollo sostenible se relacionan directamente a través de los proyectos y programas rurales que logran incluir actividades de comunicación participativa y, de esta manera, logran comprometer a las personas respecto de los objetivos que persigue el desarrollo sostenible.

Si las comunidades toman el liderazgo de los programas y proyectos destinados a mejorar sus vidas, es probable que esos programas sean más eficaces y sostenibles una vez que la asistencia técnica externa se haya retirado (FAO, 2016: 05).

Adicionalmente, el documento menciona una breve descripción de la comunicación para el desarrollo y recalca su éxito en experiencias a nivel de la región sin profundizar en conceptos, teorías o aportes de exponentes y expertos en el tema. La única cita textual que ha sido considerada pertenece a la FAO (2010) y enfatiza

El desarrollo agrícola y rural implica innovación sostenible y aprendizaje social. Los actores rurales participan en la identificación de casos exitosos y talentos locales, adquieren enseñanzas a partir de sus experiencias y comparten estos conocimientos como base para mejorar sus prácticas. La participación y el empoderamiento de los individuos, ambos como un medio y un fin, se encuentran en el corazón de este enfoque para el desarrollo rural, donde la información, el conocimiento y la comunicación se consideran activos estratégicos (FAO, 2016: 12).

Pero, ¿desde qué conceptos y visión de desarrollo MAGAP dio forma a este plan de comunicación horizontal con enfoque participativo y de comunicación para el desarrollo? El punto de partida inició en la necesidad de investigar sobre la teoría y metodología que el equipo de comunicación debía aplicar al plan

entonces empezamos a ver desde donde podíamos verle y se nos ocurrió Rosa María Alfaro, peruana que trabajaba desde el tema de comunicación participativa. [...] El desafío que nos puso Javier Ponce era fuerte. Yo francamente había trabajado en comunicación participativa pero no en vivo y en directo. [...] empecé a ver textos y el que más me pareció que se podía parecer a esto teóricamente es el de Alberto Pereira Valarezo, que se llama semiolingüística y comunicación, con eso entendí muchas cosas de comunicación y educación y las fui haciendo y eso se llevó a cabo (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Pese a que el documento no refleja mayores aportes teóricos adicionales al de la FAO (2010), el entonces líder de esta estrategia afirma haber trabajado sobre tres autores

hicimos la estrategia teóricamente articulamos desde Todorov, Adalid Contreras y Rosa María Alfaro. Entonces fue hacer una mixtura, hicimos la estrategia y se generó, entre otras cosas, nosotros proponíamos que la gente haga comunicación, no nosotros, que todas sus necesidades, aspiraciones, requerimientos salgan de ellos, no desde lo que yo pienso, sino desde su necesidad (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Por su lado, el discurso de los demás integrantes del equipo denota claridad sobre un propósito de desarrollo económico-expansivo, que extendiera el alcance de sus efectos hacia todos los sectores, especialmente la ruralidad y sus matices sociales, económicos y culturales.

Creo que el desarrollo es una parte de lo que tanto se hablaba del Buen Vivir. Que sea una parte equitativa para todos, que no solamente el desarrollo o crecimiento llegue a cierto sector sino a todos, incluida la parte rural que es con la que trabajamos [...]. La idea era no solo llegar a la capital sino a más lugares. Pero no alcanzamos a los que nos hubiera gustado alcanzar (Belén Vásquez, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Al mismo tiempo, el concepto de desarrollo parece haber sido aplicado desde una visión y percepción idealizada, conforme a lo expresado por el líder del plan estratégico con base en sus conocimientos académicos relacionados al tema. En este punto, el discurso revela un componente intertextual, proveniente de textos y teoría conocidos por el entrevistado, no necesariamente plasmado en la evidencia documental, pero que sirvió como aporte para la formulación del objeto estudiado, puesto que el exdirector afirma

Curiosamente yo en el año 2002 me gané una beca para seguir una maestría de género, equidad y desarrollo. El desarrollo sustentable también es una entelequia, no es que hay desarrollo. Entonces ahí se me planteaba a mí también algunos desafíos (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Sobre el apartado anterior y en contraste con lo expuesto por Merizalde, es importante señalar que aún cuando el capitalismo se hubiera consolidado como una de las principales materializaciones protagónicas del desarrollo, Quijano (2000c) plantea

estudiarlo más allá de la ideología y concebirlo como un poder que impulsa y genera cambios sociales. Sin embargo, uno de los mayores efectos de la ideología del desarrollo se refleja en la desigualdad mundial originada por el capitalismo. Así pues, desde la práctica discursiva de MAGAP

Cuando se piensa en desarrollo es inevitable analizarlo desde lo económico, pero esto va acompañado de capacidades humanas y sociales, quiere decir que mientras enseño a un productor a asociarse, comercializar un producto, saber cómo diferenciar una ganancia, comercializar, también lo estamos capacitando en valorar la familia, en que no trabaje solo, el respeto (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Al analizar el discurso anterior, es posible observar que la vinculación del objeto respecto de la lógica de crecimiento económico aún prevalece por encima de la lógica del desarrollo humano, denotando la prolongación de un modelo desarrollista en el cual el crecimiento económico marca la pauta para actividades de apoyo como promover e impulsar de habilidades y aptitudes socioculturales.

Ciertamente, el desarrollo es multidimensional o integral, está constituido de diferentes estamentos que a veces se minimizan y parcelan para destacar solamente su ámbito económico. El elemento capaz de activar y anudar estos distintos espacios: económico, social, cultural, ambiental, ideológico, local, regional, nacional o continental, es la comunicación [...] a partir de la interacción discursiva o intercambios simbólicos de sentidos de sociedad y cultura entre distintas personas y grupos sociales. [...] Sin duda que no y, en definitiva, no hay desarrollo posible sin comunicación (Contreras, 2014: 33).

Bajo la categoría de análisis correspondiente a la interdiscursividad y, con base en las percepciones de desarrollo -reflejados en el discurso de los integrantes de la Dirección de Comunicación de MAGAP-, se puede inferir una intertextualidad explícitamente oral pero no evidenciada en el documento de la estrategia, debido a su formato de redacción secuencial y lineal, que inicia con una breve explicación de los antecedentes, basados en la misión y visión institucional del Ministerio y que toma por referente experiencias previas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

En esto se confirma el aporte de Alfaro (1993) al mencionar que en las últimas décadas han sido las organizaciones no gubernamentales las principales gestoras del desarrollo, cobrando protagonismo y liberando de responsabilidades a los Estados.

El Ministerio de Agricultura es nuestra contraparte directa por el tema, es una relación diaria del día a día, respondiendo a la planificación que ellos tengan y de la priorización de temas que ellos presenten y la FAO responde a esas necesidades de asistencia técnica. También les facilita la participación en foros multilaterales en donde funcionarios del Ministerio se capacitan permanentemente como intercambio de información, para que estemos alineados a las prioridades mundiales con las necesidades nacionales, el trabajo es a diario (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación – FAO).

Con el propósito de reforzar la institucionalidad estatal y restar protagonismo a la organización de la ONU, el plan estratégico elaborado por la Dirección de MAGAP no recurrió a la ayuda directa y experiencia de FAO, en cuanto a diseño metodológico. La disposición proveniente de la máxima autoridad se encaminó hacia el trabajo autónomo del Ministerio al momento de diseñar un nuevo modelo de comunicación que nazca del interior de la institución y se extienda hacia la comunidad rural.

4.4. Comunicación para el desarrollo, el eslabón perdido en la comunicación ecuatoriana

Como parte de los objetivos perseguidos por el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017, su principal eje de acción buscó la concepción de un nuevo modelo de desarrollo económico para el país, a partir de la transformación de su matriz productiva y con base en una economía popular y solidaria, donde el capital humano primara sobre el capital económico como eje de este cambio. Así mismo, la reinstitucionalización del aparato estatal constituyó una de las principales consignas de intervención, desde los cuales iniciaría el proceso de construcción de un nuevo Estado.

Sobre la disposición de implementar un plan de intervención territorial, con un eje transversal de comunicación para el desarrollo en MAGAP, aparece un discurso

conformado por una serie de conceptos y términos que, al repetirse, han definido el orden y la secuencia de este análisis, que permitirá conocer los principales aspectos enunciados desde el discurso institucional manejado por los responsables del plan.

En este contexto, es posible distinguir a la comunicación para el desarrollo como el principal eje teórico del cual se desprende esta investigación, a partir del hecho significativo que representó la implementación de dicha estrategia en las acciones comunicacionales de la institución que se perfilaba hacia la inserción de una comunicación que la diferencie de las demás entidades estatales y la acerque a sus principales beneficiarios, con base en las consignas del Plan de Desarrollo y a partir de su principal objetivo:

Diseñar y ejecutar un plan estratégico de comunicación institucional, que incluya el enfoque de Comunicación Participativa y para el Desarrollo, como eje transversal en todos los planes, programas y proyectos que genere MAGAP, con el propósito de motivar la participación, el diálogo directo, la retroalimentación técnica y operativa entre los productores agrícolas y el personal de esta cartera de Estado, garantizando el empoderamiento de los beneficiarios rurales y la efectividad de la aplicación de las políticas agrícolas estatales (MAGAP, 2016: 06)

Si bien, desde los años 60 y 70, surgió una mirada crítica de autores y expertos latinoamericanos acerca de la importancia de integrar la comunicación a programas de desarrollo, pareciera que en el país este tipo de comunicación aún constituye una experiencia desconocida, no solo por falta de apoyo financiero por parte de los gobiernos sino también por una falta de interés que relega a la comunicación a funciones meramente difusionistas, carentes de un enfoque de participación y un propósito de desarrollo interiorizado más allá de la intervención y asistencia, con miras hacia la dotación de aptitudes que aporten al cambio de aptitudes en los segmentos de la sociedad en los que se pretende implantar el desarrollo sostenible.

La comunicación para el desarrollo, promulgada por autores como Beltrán, Gumucio, Alfaro, Díaz Bordenave, entre otros, sostiene que su enfoque de intervención

horizontal hace frente a los modelos de difusión vertical-masiva y que el desarrollo como tal solo surte efecto donde la participación da sentido a la comunicación. Estos autores

comienzan a cuestionar justamente este enfoque predominante y dicen “no, nosotros podemos llegar, o la comunicación puede también promover el desarrollo de las comunidades, de los países, siempre y cuando, manejen dentro de ella y tomemos nuestras propias decisiones”. Era como una petición a ser autónomos y a tratar también de que sea la propia población de estas naciones quien participe, y a través de la participación, sea también la promotora de mejorar sus condiciones de vida con la toma de decisiones autónomas. No que nadie más te venga a imponer una receta, que no haya una agencia internacional u organismo que te dé un manual y te diga “mira, aquí está, esto es lo que tienes que aplicar para alcanzar este desarrollo”, que también está conceptualizado (Rosa Vallejo, directora de Comunicación – Ciespal).

De hecho y, tomando como referencia la experiencia de investigadores, los programas de desarrollo tienden a realizarse al margen de la función y beneficios de la comunicación y, en ocasiones, ésta es utilizada únicamente como una herramienta institucional propagandística. Tal como lo define Gumucio (2004), en escasas ocasiones la comunicación ha sido valorada como un instrumento de diálogo que promueva la participación ciudadana, como garante del desarrollo humano.

Al mirar hacia las experiencias sobre comunicación para el desarrollo en Ecuador, se evidencia una fuerte y predominante presencia de los organismos internacionales, tales como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), que ha desarrollado experticia en áreas vinculadas al desarrollo agrícola, seguridad alimentaria y atención ambiental para la provisión de alimentos. Pese a que desde esta entidad se manejan planes de trabajo pactados con el Gobierno y relacionados a la gestión de riesgos para la agricultura, aún la comunicación continúa relegada pues

en cuanto a gestión de riesgos, FAO no es la agencia que el Gobierno identifica como prioritaria, hay otras agencias que lo trabajan. En todo el proceso de validación de la última estrategia -te voy a ser sincera- nadie mencionó comunicación para el desarrollo y creo que es por falta de conocimiento y

puede ser que asumen que es parte del proceso (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación - FAO).

Dar por sentado que en programas de desarrollo sostenible la comunicación viene por añadidura es quizá una de las principales falencias y razones por las cuales este tipo de comunicación es impulsado únicamente desde contadas instituciones del aparato estatal ecuatoriano.

En el caso de MAGAP, al analizar el factor intertextual e interdiscursivo -presente en sus actores principales- se observa que estos difieren según el punto y espacio de enunciación de sus responsables. Es así que, si bien a criterio del líder de este trabajo el equipo debió invertir tiempo en la investigación sobre comunicación para el desarrollo, según la experiencia de la especialista en la materia “la estrategia se hizo a ojo, pero con conocimiento base que era que nunca se había hecho eso en el MAGAP” (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Esta enunciación permite inferir una falta de coherencia entre la intertextualidad y la interdiscursividad del discurso de MAGAP, reflejando los vacíos de fondo ocasionados, principalmente por la premura del tiempo que se dispuso para llevar a cabo este plan. Adicionalmente, una de las principales barreras que presenta la comunicación para el desarrollo es que

a veces no es pensada como una estrategia de comunicación, sino que los técnicos se ponen de acuerdo, hablan con los encargados de las capacitaciones y dicen bueno, cuántos cursos vas a dictar, qué vas a hacer. Bueno yo propongo que los ganaderos ensilen pasto para las vacas en época de sequía, pero no está pensado en un enfoque hacia resultados para cambiar actitud, para crear cultura de prevención para usar herramientas de animación, para que la gente sea integrada socialmente, sino que -como lo estamos hablando- tú te vas a conseguir con elementos de comunicación naturales, como la palabra, la oralidad, el encuentro, el saludo, el llegar y socializar con los agricultores, eso es natural, pero cuando tú lo natural lo conviertes en estrategia puedes conseguir mayores resultados que es lo que falta en los proyectos de cualquier país yo no hablo sólo de Ecuador ni solamente de MAGAP (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

En esto se observa que el patrón de desarrollo difiere entre naciones, ya sea por sus condiciones económicas, geográficas, sociales y políticas, así como el acceso a la tecnología y, en especial, los objetivos establecidos por sus gobiernos (Todaro y Smith, 2009).

En su propósito por insertar un modelo de comunicación que surja desde la comunidad y rompa con la figura difusionista y asistencialista del Estado, conviene analizar los objetivos específicos de este plan estratégico, que fueran traducidos en acciones planificadas para su ejecución en un lapso de seis meses, comprendidos entre noviembre de 2016 y mayo de 2017:

1. Crear un equipo de comunicación participativa y para el desarrollo territorial dentro del MAGAP, que planifique, diseñe y ejecute las estrategias del enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo, apoyado en una amplia línea de capacitación para la apropiación del mismo por parte de todo el personal perteneciente al jerárquico superior, técnico, administrativo y comunicacional.
2. Elaborar diagnósticos situacionales sobre el accionar técnico operativo de todos los planes, proyectos y programas del MAGAP, para determinar las estrategias de incorporación del enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo.
3. Apoyar y dar seguimiento a cada plan, programa y proyecto del MAGAP para el diseño, incorporación, ejecución y funcionamiento del enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo.
4. Sensibilizar y motivar a los/las viceministros/as, subsecretarios/as, gerentes de programas y proyectos, sobre la importancia de incluir estrategias de comunicación participativa y para el desarrollo en el diseño, ejecución, monitoreo, seguimiento y evaluación de las acciones que se ejecuten en el campo.
5. Generar capacidades en el uso de estrategias y herramientas de comunicación participativa y para el desarrollo, en los/las coordinadores/as zonales y directores/as provinciales.
6. Generar capacidades en comunicadores sociales del MAGAP, que se encuentran en los viceministerios, así como en las coordinaciones zonales y direcciones provinciales, sobre el uso de

las herramientas de la comunicación participativa y para el desarrollo, a fin de que apoyen, asesoren y realicen seguimiento al personal y a los productores agrícolas que se propongan.

7. Capacitar a 100 Técnicos Facilitadores de Campo (TFC) en el primer año de ejecución del plan estratégico, como multiplicadores del enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo, así como en el uso de sus herramientas adaptadas a cada plan, proyecto y programa del MAGAP.
8. Implementar una Red de Comunicación Ciudadana Rural que se vincule con las comunidades, a fin de fortalecer sus procesos organizativos, sociales y de promoción de la productividad e innovación agrícola en las 7 coordinaciones zonales atendidas por el MAGAP, con un enfoque generacional, de género y de forma sostenible, mediante un proceso de capacitación a cargo del equipo de Comunicación Territorial y los comunicadores sociales zonales (MAGAP, 2016).

Como se observa, cada uno de los objetivos del plan integra acciones que, de acuerdo a sus autores, reflejan las bases de la comunicación para el desarrollo en la formulación de una estrategia que permita cumplir con los principales cometidos de esta comunicación, iniciando por la formación de sus técnicos y la generación de conciencia en sus autoridades.

Sin embargo, ¿es esto suficiente para considerar a este proyecto una estrategia de comunicación para el desarrollo integral y completa? Para ello es necesario mirar las bases que sostienen a cada una de estas acciones y revisar el discurso institucional, así como el aporte de la investigación académica, para obtener una conclusión basada en el texto, discurso y la práctica social.

Partiendo del primer objetivo específico, acerca de la creación del equipo de comunicación participativa, este estuvo integrado por tres especialistas de comunicación comunitaria y para el desarrollo y dos técnicos de campo, para aportar las acciones desde la visión y experiencia técnica (MAGAP, 2016).

Sobre la importancia de establecer los objetivos, la Unesco advierte de que “un objetivo claro y compartido también ayuda a que cada persona de la institución tenga claro cuál es el papel que esta debe cumplir en el desarrollo de conciencia del público objetivo” (2008: 37). Además, el objetivo debe formularse a partir de las capacidades de conocimiento, actitudes o prácticas que se pretende lograr en cada etapa del plan o proceso (Ídem). En este sentido,

la Dirección de Comunicación había trabajado previamente con los comunicadores de las provincias y su matriz en Quito a partir de una idea cuyo propósito fue vincular a la ciudadanía para obtener una retroalimentación sobre el trabajo realizado por MAGAP.

A principios del 2013 empezamos a trabajar con una lógica articuladora entre los comunicadores de territorio y planta central que nos permita articular el discurso institucional, pero desde la gente. Si se revisa, todos los trabajos periodísticos hechos desde el año 2012 hasta el año 2017 que yo salí, todos absolutamente, eran generados a partir de la población, ningún elemento, ningún instrumento fue generado desde la autoridad (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación – MAGAP).

Pese a las intenciones, la estructuración de una estrategia era indispensable para conseguir la implantación del enfoque solicitado por la máxima autoridad y, de esta manera, acercar el trabajo de la institución hacia las premisas del Plan de Desarrollo. Siguiendo el discurso del equipo se observa que:

Diego venía capacitando a estas personas, les dio temas de media training, cómo manejar medios, cómo hablar en público, cómo entender los medios como manejarlos, algunos temas de redes sociales, a esa altura yo no estaba presente, estaba fuera del ministerio. Entonces nació el interés por hacer esto, no tenían mucha experiencia, pero ellos comenzaron a leer temas de la FAO y todo lo demás (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

La referencia anterior denota que la falta de conocimiento figura como un problema de base. Pero, además, era indispensable contar con un diagnóstico previo a la aplicación de las acciones. Tal como se refirió en el apartado 4.2, el diagnóstico que debía preceder a la elaboración del plan estratégico no refleja un estudio sobre la situación socioeconómica y política de los productores del agro, sin embargo acciones como estas, contenidas en los objetivos específicos, difieren del diagnóstico inicial para presentar una “estrategia de apropiación de la información que cada uno (técnico) genera, para obtener detalles de cada uno, como parte de estos diagnósticos situacionales” (MAGAP, 2016). Además, el documento expresa que estas acciones se presentarán como informes a ser trabajados a través de una metodología participativa a manera de lluvia de ideas.

Al respecto, sin restar la importancia al hecho de realizar sondeos y monitorear el trabajo que ejecuta el equipo, la acción como tal no refleja un fin de comunicación para el desarrollo con un beneficio directo a la comunidad. Es decir, al momento las acciones encajan todavía en un nivel de trabajo lineal, que compete únicamente al equipo de comunicación.

Junto con la acción anterior, el proceso de asesoría directa, apoyo y seguimiento a las estrategias de comunicación con enfoque de participación todavía se encasillan en acciones institucionales. Tal como lo describe el documento:

Este trabajo durará 10 meses aproximadamente, mientras los comunicadores sociales de las 7 zonas y el personal técnico de campo es capacitado de manera paralela, para que apoye progresivamente en este proceso de seguimiento de las acciones propias de la comunicación participativa y para el desarrollo dentro de cada plan, programa y proyecto en territorio (MAGAP, 2016).

En efecto, el punto de partida del objeto de estudio ha sido la capacitación inicial a nivel de los funcionarios de la institución. Sin embargo, la práctica social demuestra todavía actividades pensadas y ejecutadas desde y para la institución, pues como lo afirma parte del equipo

Empezamos, así como te digo, sin tener un norte de cómo sería, hasta que, ahí sí debo decir, llegó Eduaxis y ella sí le dio un norte al tema de la comunicación participativa y para el desarrollo y empezamos con los periódicos murales, con los cuentos y así varias cosas y empezamos a capacitar ya a nuestros técnicos para que empiecen a tener esta comunicación más cercana y no sea tan como solo radio, prensa, si no ya en periódicos murales, en las organizaciones (Belén Vásquez, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Según Kotler (1992), el público objetivo está integrado por aquellas personas que recibirán y adoptarán las conductas y acciones de desarrollo que se ejecutan, según los objetivos definidos. Sin embargo, Unesco (2008) advierte de que en ocasiones las acciones de comunicación para el desarrollo no logran definir al público y esto encasilla el trabajo de acuerdo a un enfoque masivo, en el que los participantes no llegan a sentirse identificados y

esto, en lugar de fomentar su participación, puede obligar a un cambio en el eje de trabajo que reformule las acciones aplicadas. Sobre ello y desde su experiencia, los expertos en el campo de la investigación académica hacen énfasis sobre la importancia de dar paso a una comunicación para el desarrollo en la que las estrategias partan desde el entendimiento de las dinámicas de la comunidad y que

ellos sean quienes presenten sus problemas, decidan sus soluciones e incluso la forma cómo comunicarlos; es decir, si te funciona mejor un megáfono antes que promocionar en un canal de televisión nacional, es adecuado para aquella comunidad porque se trata de encontrar las mejores formas, porque la comunicación no solamente está ligada a los medios masivos de comunicación, sino al perifoneo, a lo mejor en el anuncio en la iglesia, a la obra de títeres que puedas montar en esa comunidad. O sea, dependiendo de sus dinámicas (Rosa Vallejo, directora de Comunicación – Ciespal).

Para la selección del grupo objetivo al cual MAGAP aplicaría este enfoque de comunicación participativa y de acuerdo a los puntos previamente abordados, el equipo identificó tres tipos de participantes: los 24 miembros del Consejo Ciudadano Sectorial Campesino⁸, los comunicadores que laboran desde las coordinaciones zonales del Ministerio y 100 Técnicos Facilitadores de Campo (MAGAP, 2016). Esta selección también obedeció a la disposición inicial emitida por la autoridad ministerial, quien habría recibido la petición de los integrantes de este consejo para que fueran incluidos en las acciones comunicacionales de la institución, específicamente en sus programas radiales

entonces, fue una iniciativa que surgió por parte de ellos, fueron los agricultores quienes les dijeron “queremos que nos incluyan en los programas de radio”, porque nosotros ya teníamos programas de radio, pero más les entrevistábamos nosotros a los técnicos y ahí llamaban los agricultores a preguntar: “¿y cómo hago esto y cómo hago este otro?”. Ahí empezaron a incluirles dentro de las radios que teníamos nosotros los programas. [...] les capacitamos en lo que es medios de

⁸ Actualmente esta figura de organización es conocida como Consejos Ciudadanos Sectoriales, que tienen la finalidad de fomentar la participación de los productores en las políticas agropecuarias. Están conformados por miembros de las organizaciones agroproductivas de las 24 provincias del país, elegidos de manera democrática en asamblea.

comunicación, se les hizo media training, redes sociales, en varias cosas hasta que aprendan a escribir para redes sociales (Belén Vásquez, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Según la FAO, informar a las audiencias o público objetivo sobre el proyecto constituye una cualidad propia de la comunicación, pues visibiliza y genera conciencia en los actores, respecto de los objetivos y las acciones propuestas para alcanzarlos. “Si se hace de una forma más participativa, informar a los participantes sobre el proyecto es muy útil para allanar el camino y obtener un respaldo más fuerte de las actividades del proyecto” (2016: 14). Por ello, y pese a que el discurso manejado por MAGAP habla de un público objetivo reflejado en la ciudadanía, las acciones impulsadas demuestran que aquella ciudadanía -representada por los miembros del Consejo Sectorial Campesino- corresponden a lo que Unesco identifica como liderazgos, los mismos que

son instituciones o personas cuya opinión es respetada y seguida. [...] pueden ser positivos (que impulsan a solucionar problemas) o negativos (que impulsan a oponerse a las soluciones o a las formas de gobierno (2008: 48).

El trabajo específico a realizar con este grupo de liderazgos giró en torno a la generación de conciencia, considerada una de las funciones principales de la comunicación para el desarrollo. De esta manera, el equipo buscó establecer relaciones confiables entre este grupo, con el propósito de prepararlos en la importancia de trabajar de manera directa con los productores y que ellos se sientan confiados y seguros de expresar sus necesidades y opiniones. Es así que, el equipo partió de la premisa de enseñar a la gente a que haga y

con esa lógica empezamos a trabajar. Primero lo que debíamos hacer era capacitar a la gente. Capacitamos a miembros del Consejo Sectorial Ciudadano. Nos contactamos con su dirigente Delia Caguano y nos dijo que nos presentaba a los representantes de todo el país, ustedes articulan con ellos y ustedes van bajando a la capacitación. [...] Les capacitábamos para que sepan cómo escribir, les decíamos que es como andar en bicicleta, al principio vas a tener cierta torpeza, pero después vas a escribir bien, les dábamos ciertas pautas. Después de todo esto, les capacitamos en cómo hacer medios de comunicación, es decir, primero dimos todos los planos teóricos, metodológicos para que

ellos sepan y después lo que hicimos es indicarles los medios de difusión (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Hicimos este media training como a tres representantes de estas asociaciones en quienes veíamos que pueden salir a medios y que podría pasar eso. Porque había unos que simplemente medios, no mismo. Pero sí hicimos eso con ellos (Belén Vásconez, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Sin embargo, si lo que plantea la comunicación para el desarrollo son los cambios de actitud en las personas, ir de lleno al aspecto del manejo de estos líderes en medios de comunicación denota un interés de comunicación institucional más allá de un propósito por enseñar a las personas cómo producir su propia información.

Al continuar con el análisis de los objetivos, la sensibilización de autoridades y directivos de MAGAP rompe con el esquema de sensibilización propuesto por la Unesco (2016), sobre el cual la sensibilización radica en los grupos objetivos finales que serán beneficiados directos de la estrategia de comunicación para el desarrollo. Con el afán de facilitar la ejecución del plan, de acuerdo a su programación y conociendo las situaciones coyunturales que podrían obstaculizar su avance, la visión del equipo fue iniciar la sensibilización desde los mandos altos para, desde la información y generación de conciencia respecto de la importancia de la implementación del enfoque transversal de comunicación participativa en los programas del Ministerio, contar con los permisos necesarios y disponer al personal a movilizarse y colaborar en las actividades establecidas en el cronograma de trabajo. Quizá lo que le convenía al equipo responsable, más allá de sensibilizar, era alcanzar la capacidad de comprometer a sus autoridades para facilitar el camino a la implementación de esta estrategia (*ibid.*: 51).

Entonces, sensibilizar a las autoridades es para que permitan y entiendan que en el territorio hay que humanizar con estas técnicas y hacer lo contrario no lo descarto, pero deberíamos tener igual la voluntad política de unas autoridades que dejen y le den viabilidad a la estrategia de comunicación comunitaria (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Sobre la importancia de la sensibilización, el documento de MAGAP señala que

Las capacitaciones tendrán un enfoque participativo, con metodología del “aprender-haciendo”, con el objetivo de incidir en los viceministros/as, subsecretarios/as y gerentes, para que sean sensibilizados con cambio de actitud hacia este nuevo paradigma y, a su vez, puedan entender de manera directa el modo en qué serán tratados los productores agrícolas, ciudadanos campesinos, familias rurales y beneficiarios MAGAP (MAGAP, 2016: 09).

En resumen, lo que el discurso evidencia es que si bien la identificación de líderes constituye uno de los rasgos mencionados por Unesco acerca de los pasos para definir un público objetivo en estrategias de comunicación para el desarrollo, las acciones y conocimientos impartidos por MAGAP no necesariamente se alinean con acciones de comunicación rural, sino que de acuerdo a la clasificación propuesta por Beltrán (1993) el *media training* realizado con los representantes líderes del sector agrícola se acopla a lo que el autor describe como comunicación de desarrollo, en la que el efecto masivo de los medios de comunicación los presenta como las principales herramientas de transformación de la sociedad, en términos económicos y tecnológicos.

Sobre la generación de capacidades en los comunicadores sociales de MAGAP en cuanto al uso de estrategias y herramientas de comunicación para el desarrollo, pese a que la descentralización de acciones y proyectos del Ministerio figura como la base de este objetivo que busca, a través de sus autoridades y colaboradores en territorio, reforzar la difusión del trabajo institucional a través de vocerías y el uso de herramientas de comunicación para el desarrollo, no detalla sus características ni funcionalidad. Tal como lo establece la FAO

Puesto que el acceso a la tecnología no es un fin en sí mismo, la CpD se esfuerza por poner de relieve lo que la población rural tiene que decir, sus conocimientos y puntos de vista, y el contenido que producen localmente. Más que en los medios de comunicación y las tecnologías utilizadas, la CpD se centra en la necesidad de fortalecer las capacidades de los actores rurales — personas o instituciones — para planificar y gestionar sus propios procesos de comunicación (2016: 13).

Si no toda comunicación aporta mecánica y automáticamente al desarrollo, resulta necesario anticiparse a la acción comunicativa, y esto es posible a partir de las mediaciones de quienes impulsan la comunicación para el desarrollo. En este afán los responsables del plan buscaron establecer redes de comunicación ciudadana rural, como un nexo entre las comunidades y el equipo desplegado en territorio “a fin de fortalecer sus procesos organizativos, sociales y de promoción de la productividad e innovación” (Contreras, 2014: 31) y, de acuerdo al discurso del exdirector,

En principio nuestro reto era crear 24 redes, una red por provincia, pero no avanzamos, es un trabajo titánico. Creo que avanzamos a crear 10 o 15 redes, no más allá de eso. No avanzamos porque teníamos que combinar el trabajo entre la difusión nuestra del ministerio y el trabajo de comunicación para el desarrollo participativo, entonces sí era difícil (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

En relación con el objetivo correspondiente a talleres de capacitación, la planificación destaca una estructura con “enfoque generacional y de género” (MAGAP, 2016) cuyas actividades van desde la redacción de noticias comunitarias, uso de equipo tecnológico como cámaras de video, así como el proceso de edición, manejo de redes sociales y cabinas de radio. Aunque el documento no lo especifica, se infiere que las acciones fueron diseñadas para los comunicadores zonales del Ministerio. De hecho, este apartado destaca el compromiso de aplicar un plan piloto con un medio de comunicación local, en el que participen las autoridades zonales y técnicos facilitadores de campo como voceros institucionales. Incluso en este apartado, se evidencia a la comunicación institucional predominar sobre las propuestas básicas de la comunicación para el desarrollo de las comunidades. Así, parte del equipo expresa claridad en los limitantes que enfrentó el proceso al afirmar

Yo siento que nos quedamos cortos en capacitar al técnico, ellos pueden ser muy bien capacitados para hacer todas estas herramientas de comunicación sin tener que depender de un comunicador. Pero la visión tradicional que hay es que un técnico agrícola depende de un comunicador para que haga comunicación. Y está bien, el comunicador puede hacer la promoción del curso, del evento y

promocionarlo en los medios, pero el técnico puede ser la promoción de manera interna (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Lo que se desprende de este discurso pone nuevamente en evidencia el enfoque tradicional que persigue MAGAP para cuidar de la imagen institucional, posicionar a la máxima autoridad a través de redes sociales, página web y campañas de comunicación interna

por eso yo aplaudo que el antiguo director de comunicación haya tenido esa iniciativa y el ministro anterior haya dado apertura en poquitos meses que se logró montar el proyecto, pero la comunicación en el Ministerio sigue siendo tradicional y si hace falta que se vea como una línea transversal para asesorar de cerca. No se puede dejar la comunicación para el desarrollo en manos de alguien que no conoce este caso, se necesitan resultados (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

A nivel jerárquico este fue el punto de partida y de llegada porque si no hubiese sido por la idea del ministro Javier Ponce que con toda su sapiencia y su conocimiento siempre llamaba la atención que no estábamos haciendo comunicación no hubiéramos logrado esto. (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Casi al finalizar el documento, las acciones desprendidas de los objetivos específicos mencionan el impulso de actividades socioculturales para la movilización social, expresiones de cultura como la artesanías, gastronomía, música y títeres son presentadas como “elementos clave para motivar una mayor participación de los voceros, voceras, de las familias rurales y de toda la comunidad, ya que la cultura y las tradiciones propias de cada zona son un hecho que los une y consolida desde su espacio territorial” (MAGAP, 2016). Tal como se destacó a inicios de este apartado, comprender el entorno de la comunidad rural es posible a través de actividades culturales como el perifoneo, los títeres, narración oral, entre otros. Según Gumucio, la comunicación es instrumental y su vinculación directa a programas de desarrollo se consigue mediante técnicas de entretenimiento que promuevan cambios de comportamiento en el público objetivo, sobre el cual esa instrumentalidad vuelca su interés (2004: 06). Sin embargo, el debate entre

identificar si se aplica o no un concepto certero e integral de comunicación para el desarrollo también involucra la priorización que el plan de MAGAP destinó a estas acciones y visiblemente se aprecia que estas, al ser ubicadas casi al final de la estructura y de conformidad con el cronograma diseñado para 2017, fueron asignadas para su realización en meses posteriores al proceso de capacitación.

El documento finaliza con la propuesta de asignar un presupuesto para 2017 que provea a la red de comunicación y coordinaciones zonales de equipos tecnológicos, una cabina de radio e insumos para elaborar material impreso, elaboración de cuñas radiales y grabadoras de audio digitales. “Creo que el tema presupuestario es uno de los limitantes principales, el otro... creo que falta información” (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

El panorama de las experiencias de comunicación para el desarrollo en el país también se evidencia a nivel de la organización internacional, como el caso de FAO que cuenta con sede en Italia, oficinas subregionales y nacionales como la que actualmente opera en Ecuador, representada por un director general y estructurada en dos áreas: administrativa y programas de campo, desde los que se desarrollan proyectos basados en líneas transversales como género, comunicación, cambio climático, entre otras.

Desde 1952, Ecuador es parte de FAO y tanto Estado como organización internacional asumieron la responsabilidad de impulsar programas que mejoren la calidad alimentaria, productividad agrícola y la calidad de vida de las poblaciones rurales, a través de asistencia técnica especializada implementada por FAO, mediante articulaciones con entidades con socios estratégicos -organismos internacionales de cooperación-, con el propósito de generar e implementar proyectos de seguridad y soberanía alimentaria.

Una de las fortalezas de la FAO es la generación de información, esa capacidad operativa que tiene de estar en más de 193 países ha permitido que toda la información que se está levantando en los países se logre sistematizar y se transforme en documentos, en informes mundiales, en cursos de formación para la gente. Esa es la oferta que devuelve a los países la FAO que invirtió para trabajar en comunicación para el desarrollo (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación – FAO).

En su caso específico, la organización cuenta con un reducido equipo de trabajo que busca espacios y las condiciones para realizar comunicación para el desarrollo. De hecho, FAO destaca intentos por capacitar a las personas vinculadas a proyectos en campo - extensionistas o comunicadores-. No obstante, “esto no es priorizado por todos los países. Nosotros (FAO) trabajamos bajo un proceso de demanda de asistencia técnica del Gobierno” (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación - FAO). En la relación institución gubernamental (MAGAP) y organismo internacional (FAO), este primero figura como la “contraparte natural directa” (Ídem) de la FAO, pues esta responde o atiende a las necesidades de asistencia técnica. Pese a ello, no se trabajan explícitamente temas de comunicación para el desarrollo puesto que

este tema de comunicación para el desarrollo está muy vinculado a la extensión rural. Es lo que te digo que hacen los técnicos en campo, ellos son extensionistas y saben que tienen un trabajo de campo y tienen que vincularse a las comunidades, levantar información, brindarles asistencia técnica (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación – FAO).

En 2016, el “Foro Regional Comunicación para la Agricultura Familiar y el Desarrollo Rural Sostenible” reunió a actores regionales y locales, uno de ellos fue MAGAP que presentó su estrategia de comunicación alternativa y para el desarrollo y las herramientas diseñadas para establecer mayor cercanía con los productores.

Diego Merizalde estaba tan entusiasmado del foro al que asistimos que vino acá y organizó un taller institucional de comunicación para el desarrollo pero no sé qué pasó después de eso. Recuerdo que alguien capacitó en comunicación para el desarrollo, [...] pero más allá de ello, si no tienes una priorización por parte de las autoridades es difícil. Entonces la idea era hacerlo con autoridades (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación – FAO).

Según FAO, la realización del Foro estableció una alianza entre la organización, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal) y MAGAP, con el objetivo de recuperar antiguos y proponer nuevos proyectos de comunicación comunitaria.

Cuando hicimos el taller de FAO no esperábamos que vayan comunicadores, sino los técnicos porque al final esta experiencia y tal vez en caso de FAO -que tiene un componente técnico súper fuerte y son ellos los que van a compartir su conocimiento a la población rural- ellos querían darles a los técnicos herramientas de comunicación para que ellos puedan hacer mejor su trabajo de extensión rural, no esperaban que vayan comunicadores, no era el perfil que buscaban en el taller (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación – FAO).

Sin embargo, desde la experiencia de la Dirección de Comunicación del Ministerio, la recepción del apoyo por parte de FAO no se consolidó a causa de un bloqueo dictaminado desde MAGAP y así evidenciado en la afirmación

la verdad lo único que FAO nos brindó fue su apoyo moral porque cuando nosotros presentamos esta iniciativa (el plan estratégico de comunicación para el desarrollo) a Javier Ponce y lo aceptó, él no quiso que se incluya a ninguna organización porque me dijo que ello iba a desinstitucionalizar el proceso. Y yo creo que tenía razón porque FAO tenía otra perspectiva de trabajar esto de la comunicación (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

De su lado, FAO cuestiona el diseño del plan propuesto por MAGAP al afirmar que sus acciones y herramientas

[...] todavía están alejadas (del concepto de comunicación participativa y para el desarrollo) y eso es algo que tenemos que trabajar porque creo que hay un límite muy estrecho para diferenciar la comunicación institucional con la comunicación para el desarrollo. No es tan fácil lograr esa diferenciación (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación – FAO).

Al analizar las impresiones de ambas entidades, se evidencia una contradicción respecto de los principales propósitos que supuso la realización del Foro, los cuales hablaban de trabajo y esfuerzos articulados para promover proyectos que fomentasen el desarrollo rural. Por el contrario, y desde su rol, cada una refleja una suerte de celo institucional en el que FAO, por su parte, reconoce y resalta las intenciones del Ministerio por acercarse a modelos de comunicación participativa y para el desarrollo, pero no le otorga una validez integral y, a su vez, MAGAP corta el canal de apoyo que pudo recibir

por parte de FAO, justificándose en la disposición jerárquica de su máxima autoridad de no otorgar protagonismo a la organización internacional.

Entonces claro ahí había un interés y una inversión por parte del ministro en comunicación, realmente creo que ahora el tema de comunicación corporativa está cubierto porque hay como una competencia entre instituciones, no solo del sector público sino del sector privado, de todos, hasta personales que la gente ya empieza a involucrarse en el tema de comunicación porque ya las nuevas tecnologías nos obligan a estar al día, estar opinando. Entonces el tema de comunicación corporativa está cubierto, pero en el tema de comunicación para el desarrollo todavía no se entiende bien el concepto (Diana Rosero, coordinadora de Comunicación – FAO).

4.5. El discurso del Buen Vivir reflejado en políticas de comunicación con enfoque participativo y visión de desarrollo social: la retórica puesta a prueba

A través de los apartados anteriores, ha sido posible identificar cómo el discurso sobre comunicación participativa y para el desarrollo se manifiesta en las categorías intertextuales e interdiscursivas directamente relacionadas con los macro temas según los cuales se aborda este estudio, y que están presentes tanto en el análisis documental como en las entrevistas realizadas a los actores principales, responsables de la formulación del plan estratégico de MAGAP.

Dichas categorías han aportado una narración cronológica y coherente a lo largo del análisis y a partir de ellas el presente apartado presenta una contrastación entre las premisas que persigue el paradigma del Buen Vivir –priorizado como eje transversal en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017- y la base discursiva y retórica identificada en la muestra.

Al iniciar este análisis tomamos como punto de referencia el contexto histórico, social, político y económico del Ecuador antes del proyecto sociopolítico planteado por el gobierno de la Revolución Ciudadana en 2007, cuando la comunicación presentó características relacionadas a una lógica neoliberal comercial con una alta concentración de medios de comunicación por parte de grupos de poder –como la banca privada-, que

centralizaron la producción informativa y de entretenimiento generada desde los medios que abarcaron casi el total de las industrias culturales y de la comunicación (Becerra, 2014).

En 2008, el Estado ecuatoriano se propuso dar paso a una nueva institucionalidad a partir de un enfoque constitucional que preserve y priorice principios de justicia, solidaridad, equidad reflejados a través del paradigma del Buen Vivir o *Sumak kawsay*, partiendo de una concepción histórica proveniente de la cosmovisión e ideales de vida de los pueblos indígenas. Sin embargo, el hecho de concebir al Buen Vivir como una nueva lógica crítica a las corrientes teóricas de un desarrollo neoliberal, no sería la cura para los síntomas de una sociedad marcada por los estragos de un modelo de desarrollo visiblemente inalcanzable (Contreras, 2014:66).

Al mismo tiempo, el debate sobre la democratización de la comunicación surge al considerar la necesidad de un libre y equitativo acceso a la información. En el contexto de esa visión democratizadora de la comunicación, a la que exhortó el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017, el exministro de Agricultura, Acuicultura y Pesca, Javier Ponce, dispuso la orden de convertir a la comunicación institucional en una herramienta al servicio de la comunidad del agro, a través de la participación directa de los beneficiarios y con base en un enfoque horizontal de comunicación participativa y para el desarrollo. Bajo esta perspectiva, democratizar la comunicación implicaba, entonces, la afirmación y participación de los seres humanos, lo cual supone un nuevo modo de pensar, de ver el mundo y de relacionarse al interior de la sociedad.

Si el paradigma del Buen Vivir retoma y considera el conocimiento ancestral de los pueblos andinos, en función de un discurso de sustentabilidad económica, ambiental y social, la propuesta de comunicación participativa y para el desarrollo elaborada por MAGAP refleja una falencia estructural al no haber contado con un diagnóstico previo sobre el público objetivo primario al que debe enfocarse su trabajo: los productores y campesinos. En su lugar, el plan refleja un sustento basado –principalmente- en la disposición de la autoridad y una lista de ocho acciones, de las cuales únicamente la última de ellas propone un acercamiento con la comunidad:

Implementar una Red de Comunicación Ciudadana Rural que se vincule con las comunidades, a fin de fortalecer sus procesos organizativos, sociales y de promoción de la productividad e innovación agrícola en las 7 coordinaciones zonales atendidas por el MAGAP, con un enfoque generacional, de género y de forma sostenible, mediante un proceso de capacitación a cargo del equipo de Comunicación Territorial y los comunicadores sociales zonales (MAGAP, 2016).

Al mismo tiempo, la interdiscursividad de sus responsables denota una débil y ausente concepción acerca de la propuesta del Buen Vivir, contenida en el Plan de Desarrollo, pues al consultar con el líder del proyecto si las acciones de la propuesta de MAGAP estuvieron alineadas al Plan, él respondió que

algunos sí. Por ejemplo, ese de *Sumak kawsay*, de la seguridad alimentaria. Una vez que tuvimos armadas las redes con la gente lo que hicimos es fortalecer la capacitación, después generamos una alternativa mayor para que la gente vaya creando sus propios medios de comunicación (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

La frase “ese de *Sumak kawsay*” resulta un término distante y la expresión denota desconocimiento o indiferencia. Por otro lado, el discurso de la especialista en comunicación para el desarrollo ratifica la intencionalidad desde la que fue enunciada la frase anterior y, a su vez, afirma

Bueno, se colocó (el Buen Vivir) en antecedentes y en la estrategia del Gobierno en donde se hablaba del plan del Buen Vivir, no se definió una estrategia específicamente que vaya enfocado a eso. Pero todo el enfoque fue el desarrollo, generar capacidades para ejecutar la comunicación para el desarrollo. Va enfocado al Buen Vivir el tema de la asociatividad, la comercialización de productos, solidaridad y compañerismo, autogestión en su propio desarrollo, en que tengan la capacidad de gestionar (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

De acuerdo a lo expresado por la segunda integrante entrevistada, sí se consideró al Buen Vivir en los objetivos del plan porque

la idea era que la información llegue a todos los segmentos, incluidos los que no tienen acceso para que lleguen a desarrollarse de mejor manera y tengan un poquito de difusión. Ahí vi reflejado el Buen Vivir en nuestra estrategia (Belén Vásconez, integrante de la Dirección de MAGAP).

Tomando el análisis del discurso acerca del Buen Vivir, abordado indistintamente por los responsables de MAGAP, se evidencia el aporte de Contreras al afirmar que las diversas interpretaciones del paradigma parten no solo del conocimiento, sino de la percepción y mediación que tienen las personas respecto del tema y hace énfasis en la mirada que éste toma al materializarse en acciones. Así,

al convertirse en política pública, el Vivir Bien, como ocurre con toda propuesta oficial, se confunde con las acciones gubernamentales y se somete a diversas lecturas, desde adhesiones absolutas, pasando por aportes crítico-constructivos, o por expectantes indecisos, hasta miradas contestatarias sesgadas en los particularismos y empeñadas en encontrarle desajustes pretendiendo resultados inmediatos. Además, dadas las características del Vivir Bien, las exigencias que al propugnarlo se ponen los gobiernos a sí mismos, son particularmente extremos en comportamientos individuales y colectivos que deben superar actos de corrupción, velar por la inclusión, la transparencia, las igualdades, el ejercicio de derechos humanos y de la naturaleza, así como la profundización de formas de democracia participativa. Digamos que la imagen proyectada del Vivir Bien hace doblemente exigentes la necesidad de coherencia entre sus postulados y sus realizaciones, en especial de las acciones estatales comprometidas y realizadas (2014: 63).

Partiendo del discurso investigativo, el *Sumak kawsay* o Buen Vivir surge como una nueva alternativa de vida que nace de la cosmovisión indígena, con una propuesta de armonía integral individual y colectiva entre el ser humano y la naturaleza. Un enfoque con potencial que, paradójicamente, ha captado el interés de centros de estudio superior en el continente europeo que estudian esta visión latinoamericana.

Pero más allá de cualquier pronóstico que pudiera obtenerse desde la investigación social, el Buen Vivir pareciera estar expuesto a la superficialidad de la coyuntura política con la que ha sido abordado desde gobiernos progresistas de la región y la visión política es un factor determinante en la continuidad que se pueda atribuir a los programas o enfoques de trabajo

entonces ahí corremos el riesgo de que se diga que el Buen Vivir pertenece a un Gobierno como el de Rafael Correa, por ejemplo. Bueno, en sí hasta cierto grado se apropió del término, pero encierra una visión indígena, una propuesta de vida, una propuesta de calidad de vida, que en este momento podría funcionar y que es un enfoque más latinoamericanista. [...] Lo que sí hay que tener claro y presente es una cuestión fundamental, y es que, para que haya una visión de Estado mucho depende de los gobernantes de turno, y en América Latina, sabemos que dependiendo de tal o cual tendencia esa visión cambia. No es permanente (Rosa Vallejo, directora de Comunicación – Ciespal).

Qué pasa que los cambios políticos y esto debemos tener muy claro, no con el enfoque político, sino con el enfoque de gobierno y la diferencia de Estado, porque el gobierno cambia, pero el Estado se mantiene. El cambio de gobierno siempre de un país, afecta a las políticas públicas y programas sociales (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Al finalizar este análisis, se observa que el discurso sobre el Buen Vivir figura precariamente en el diseño de un intento por alcanzar, al menos, la implantación de un nuevo “proyecto que trata de recuperar el sentido de comunidad, la práctica emancipada de lo procomún como base filosófica y política de una Comunicología Otra, como una nueva Ecología Política de la Comunicación... Aquí y Ahora” (Sierra, 2016: 141).

A partir de mayo de 2017, el Estado ecuatoriano inició un nuevo régimen de gobierno y con él un cambio de autoridades que, sin duda, ha sido la causa principal en la interrupción operativa del plan estratégico de comunicación participativa y para el desarrollo, atribuido a las autoridades del régimen anterior.

La salida de Javier Ponce se ha llevado consigo la garantía de dar continuidad a esta iniciativa que propuso la implantación de un nuevo enfoque de trabajo y esbozó un giro al modelo de comunicación institucional para ponerla al servicio de la ciudadanía. Es así que “la ejecución del proyecto está paralizada desde el mes de mayo de 2017” (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Sumado a ello, las condiciones actuales que afronta el aparato estatal ecuatoriano no logran desligar a MAGAP de los efectos que acarrea el paso intermitente de las autoridades a la cabeza de la institución, puesto que

En los últimos 15 meses dos ministros y una encargada han pasado por la cartera de Agricultura y Ganadería (MAG). Renunciaron después de protestas, paros, cierres de vías y otros reclamos de los campesinos. La última fue la viceministra Mariuxi Gómez, que duró cuatro días en el cargo. Tres días después, Xavier Lazo se convirtió en el cuarto secretario del actual régimen. Es el ministerio con más cambios. ¿Por qué la inestabilidad? Agricultores, industriales y un exministro coinciden en dos razones: la politización del cargo, que a su juicio debería ser más técnico, y los vaivenes en los precios del producto de mayor consumo nacional: el arroz (El Universo, 2018).

Actualmente el trabajo de comunicación ha retomado los rasgos propios del modelo institucional-difusionista que rigió a MAGAP antes de la llegada de Ponce. Ciertamente, la experiencia en sí representó retos, pero, sobre todo, nuevos aprendizajes en los integrantes del equipo de comunicación.

No sé cómo se encuentre la comunicación en el ministerio de Agricultura, pero de la experiencia que yo tuve fue muy enriquecedor, me llevó a entender que hay otros procesos comunicativos y entender que la gente tiene cosas que decir, elementos para relacionarse, formas para interactuar y eso es básicamente lo que se ha hecho, tener presente como se interactúa, como se genera comunicación e información (Diego Merizalde, exdirector de Comunicación de MAGAP).

Lastimosamente ahorita estamos siendo reactivos, antes teníamos tiempo de trabajar en estrategias. Ahora estamos siempre tratando de apoyar la gestión del ministro. [...] Me da mucha pena, pero no, la estrategia no sigue en pie (Belén Vásconez, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

Sin duda, el hecho de que el exministro Javier Ponce contara con un perfil comunicacional, además de su visión crítica, así como el hecho de coincidir con un director de comunicación determinado a incursionar en esta consigna, han sido factores de peso para la realización de esta estrategia. Lo cual incita a cuestionarse si el rumbo de la comunicación de este Ministerio hubiese corrido con la misma suerte de surgir desde la iniciativa de su máxima autoridad. Seguramente, la línea vertical de su comunicación se mostraría continua, sin ninguna clase de desviación que irrumpiera aquella institucionalidad verticalizada, que blinda al aparato estatal, lo distancia de sus beneficiarios y a estos los

priva de su derecho de informarse para comunicar sus necesidades. Quizá esto se debe a que

Mucha gente le puede tener miedo a la comunicación participativa porque puede ser un *boomerang*. De tanto darles capacidades a ellos se le puede devolver a la institución X que está aplicando esto, en una forma de contraloría social porque son tan capacitados en generar información para que se revierta y le diga al Ministerio que está haciendo las cosas mal. Es decir, yo ya no soy un agente pasivo sino un agente activo que soy capaz de ver lo malo y denunciar (Eduaxis Alvarado, integrante de la Dirección de Comunicación de MAGAP).

CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

Aunque hace más de cuatro décadas expertos e investigadores de la región y el mundo iniciaran los primeros estudios y pronunciamientos sobre nuevas corrientes y modelos de comunicación que aportaran mejoras a la calidad de vida de las personas (Beltrán: 2005), en países como Ecuador la comunicación para el desarrollo se manifiesta escasamente a través de instancias de apoyo internacional o, en su defecto, resulta desconocida o inexplorada desde el ámbito de la política pública. No obstante, habida cuenta de las transformaciones de las últimas dos décadas en el plano político y económico en la región en general y en Ecuador en particular, cabría preguntarse cuál ha sido la experiencia de las políticas y estrategias de comunicación para el desarrollo promovidas desde el Estado y cuál ha sido la lógica de trabajo que ha regido sus objetivos.

En los capítulos presentados durante este trabajo de investigación, hemos realizado un recorrido histórico, sociocultural y económico por el escenario de la política pública ecuatoriana a través de la experiencia del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Acuicultura (MAGAP) y su “Planificación estratégica de intervención territorial con enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo” (MAGAP, 2016). Así, hemos podido comprobar cómo la puesta en marcha de programas y estrategias de comunicación para el desarrollo social se han venido insertando en modelos de una comunicación tradicionalmente vertical, asistencialista y difusionista.

Con base en la estructura teórico-contextual diseñada, así como el análisis de la muestra de documentos y declaraciones de los principales responsables vinculados al desarrollo del objeto de estudio, a continuación, se exponen los puntos más relevantes que han generado las conclusiones finales de este trabajo y han permitido responder las hipótesis y preguntas de investigación, que motivaron su realización.

En primer lugar, en el Ecuador, si bien a partir de la implementación del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017 la comunicación institucional experimentó un periodo que supuso un cambio de visión buscando ampliar su eje de acción hacia el campo de la comunicación para el desarrollo -entendido más allá del crecimiento económico y enfocado en el fomento de planes y programas que permitan convertir a actores pasivos en creadores

de su propia comunicación-, las experiencias aún no terminan de encajar dentro de un concepto de comunicación para el desarrollo en el que se priorice y fomente la participación activa de sus principales actores durante el proceso de planificación e implementación de estrategias apoyadas en recursos alternativos o comunitarios e, incluso, optimizadas en los beneficios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), así como la intervención directa de los agricultores y poblaciones rurales en la toma de decisiones (FAO: 2016).

Desde el campo político-institucional, conviene destacar que a nivel región y, sobre todo, país, la comunicación para el desarrollo continúa siendo un trabajo desconocido o invisibilizado, atribuido a instancias de apoyo internacional en las que el Estado aún descarga su responsabilidad como promotor del desarrollo humano, reportando así escasas y escuetas ocasiones en las que la comunicación es considerada y aplicada como la pieza clave y garante de la participación ciudadana (Alfaro: 1993, Gumucio: 2004). Para que iniciativas como la de MAGAP trasciendan y alcancen el nivel de políticas públicas, sería necesario una articulación sinérgica entre el Estado, organizaciones sociales y la investigación que garantice la aplicación de modelos de comunicación coherentes con programas con enfoque de desarrollo humano y sostenible. A esto habría que sumarle la consigna que el Buen Vivir atribuye a la comunicación, según la cual

La comunicación, en estas condiciones, debe contribuir al conocimiento y apropiación de los marcos constitucionales, de su norma y filosofía, del diseño nuevo de los países; pero también debe demostrar la garantía de su aplicación que por su naturaleza se convierte en el marco de los derechos y deberes ciudadanos (Contreras, 2014: 27).

Al referirnos al caso de MAGAP, en su intento por reemplazar la comunicación de escritorio por una desde territorio, aquella articulación interinstitucional se limitó a su participación en un foro coorganizado por AMARC, Ciespal y FAO, que buscó el intercambio de experiencias regionales sobre servicios de comunicación para el desarrollo agrícola y rural, como precedente estratégico para la generación de programas y política pública de comunicación para el desarrollo. Aún así, es importante destacar que, aunque en

un primer momento esta intencionalidad y voluntad política por acercar la institución hacia una comunicación desde y para la ciudadanía se expresara en intentos enunciados a partir de un desconocimiento teórico, lo que supuso uno de los principales límites al momento de diseñar el plan, también reflejó un avance y un salto en aquella visión lineal del modelo de comunicación institucional asistencialista hacia la participación ciudadana como eje fundamental, acercando a sus colaboradores con parte del grupo global de beneficiarios de los servicios que presta la institución.

Las conclusiones y declaraciones finales de aquel foro señalaron una ausencia de políticas públicas en cada país participante y, por ende, una falta de coordinación interna y externa entre entidades estatales y organizaciones sociales, algo a lo que no sería ajena la realidad ecuatoriana analizada. La situación tiene origen en una suerte de celo institucional del cual se abanderan las partes y bloquean, así, la interacción y cooperación, sumado a la ausencia de marcos normativos que garanticen la aplicación de la comunicación como instrumento indispensable para el desarrollo.

Según lo descrito por los entrevistados, durante la fase previa a la elaboración del documento “Planificación estratégica de intervención territorial con un enfoque de Comunicación Participativa y para el Desarrollo en el MAGAP” (MAGAP, 2016), la institución había experimentado con acciones pensadas desde la comunicación participativa, que no necesariamente surgieron de una estrategia planificada desde el concepto integral que supone la comunicación para el desarrollo. Sin embargo, el primer intento por iniciarse en la articulación de este tipo de programas se vio afectado por factores de peso como: la falta de recursos económicos para el despliegue del equipo y la puesta en acción de la fase de sensibilización planificada a nivel nacional.

Adicionalmente, el escueto y escaso bagaje teórico sobre comunicación participativa y para el desarrollo no debía ni podría ser cubierto con la revisión, a ojo y contrarreloj, de un limitado número de autores y expertos en el tema. La comunicación para el desarrollo no improvisa sus estrategias, parte de la identificación de sus principales beneficiarios y, con base en un estudio y diagnóstico sociocultural previo, diseña las acciones que la acercarán a ellos para permitirles apropiarse no solo de sus conceptos, sino de las herramientas afines a

su contexto, convirtiéndolos, así, en productores de su propia comunicación. Por tal razón, tanto el proceso de planificación como la implementación de la estrategia encontraron limitaciones de fondo, como el depender de voluntarismos individuales de la cabeza del equipo de trabajo que, pese a sus intenciones, no consiguió implantar una propuesta de comunicación a largo plazo y a prueba de coincidencias político-ideológicas que facilitasen su materialización.

Pese a que los objetivos diseñados en el Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir 2013-2017 hicieran énfasis en propuestas de desarrollo social, a partir de un nuevo modelo liberador que borrara los efectos de modelos neoliberales y desarrollistas - adquiridos en el tiempo-, la formulación e implementación del plan estratégico elaborado por la Dirección de Comunicación de MAGAP no estuvo necesariamente alienada o identificada con el modelo que integra al paradigma del Buen Vivir como una propuesta que se enfrenta a la dominación impuesta desde los medios dominantes (Contreras, 2016) y propone atender las necesidades de los sectores necesitados desde sus propias voces. Aun cuando el accionar comunicacional de MAGAP hubiere identificado a los productores agrícolas como los principales actores y beneficiarios de su modelo de comunicación, las acciones implementadas no lograron desligarse de las características de una comunicación institucional, que prioriza su relación con los medios de comunicación masiva y no despega de su difusionismo paternalista.

Si la comunicación para el Buen Vivir requiere de políticas públicas diseñadas desde una visión macro e integral, con base en el consenso y la interacción social, el estudio del caso de MAGAP ha permitido evidenciar la ausencia de un enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo en su planificación operativa y estratégica, que no necesariamente logró trascender al nivel de la política pública. Este rasgo ha estado presente antes, durante y después de la implementación del plan estratégico que impulsara el exministro Javier Ponce (2012-2017) a través del equipo de la Dirección de Comunicación del Ministerio. La carencia de una estructura orgánica que aportase solidez y continuidad a este tipo de iniciativas representa uno de los principales problemas a los que

se enfrentan proyectos como este, quedando expuestos a las condiciones generadas a causa de la contingencia de los ciclos políticos propios del aparato estatal.

Así, en el desarrollo de este plan, es indiscutible que la presencia y visión crítica que la autoridad principal tuvo respecto de la importancia de insertar el nuevo enfoque participativo en la comunicación institucional, fue el motor inicial y eje central para la realización de este programa. Pero más allá del espíritu crítico y las buenas intenciones, el intento ha parecido truncarse al no contar con una política pública que establezca las garantías normativas, económicas y operativas que posicionen y prioricen este tipo de programas en el largo plazo y no respondan, únicamente, a motivaciones efímeras promovidas por las autoridades de turno (Acosta: 2010).

Desde el ámbito de la comunicación, si bien la implementación del Plan Nacional del Buen Vivir y la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación buscaron establecer mecanismos y órganos de control y regulación del acceso y derecho de los ciudadanos a la comunicación, esto no tuvo su reflejo -desde el marco normativo y constitucional- en estrategias o programas específicos para impulsar los servicios de la comunicación rural en las diferentes instancias del Estado, desde un enfoque promulgado por la comunicación para el desarrollo más allá de una novedosa forma de informar. Por ende, aquella ausencia repercutió en la base legal y operativa de MAGAP, cuya estructura organizacional no contempla procesos ni ejes de acción dirigidos hacia un tipo de comunicación distinto del modelo institucional, coyuntural y mediático que prima en este tipo de instituciones.

Dentro de este paradigma del Buen Vivir, la comunicación para el cambio social se destaca por una característica crítica que cuestiona la existencia de un desarrollo sin la participación de los involucrados directos. De hecho, la comunicación para el cambio social, según Gumucio promueve una participación comunitaria efectiva, especialmente entre los sectores rurales y pobres (2011: 28). Ciertamente, puede catalogarse como una suerte y coincidencia que la máxima autoridad contara con una formación profesional y experiencia laboral en el campo de la comunicación para el desarrollo. Este punto nos sirve como excepción que confirmaría la regla sobre las causas a las que se atribuye la ausencia de este modelo de comunicación: el desconocimiento y escasa coherencia teórica, práctica

y discursiva en las medicaciones de los responsables de la elaboración de esta estrategia, así como una restringida participación de los principales beneficiarios de los servicios de la comunicación para el desarrollo rural (Unesco, 2011). En este caso, la selección de líderes representantes de asociaciones de productores del agro constituye un punto a favor durante el proceso de formulación de estrategias de comunicación para el desarrollo, sin embargo, las acciones y capacitación impartidas a los mismos denota las intenciones de la institución de continuar reproduciendo un modelo difusionista, en el que los medios masivos aún son priorizados por encima de los actores principales, los productores. A ello se suma el hecho de no contar con suficientes profesionales con formación en estos temas, ni autoridades que logren darle un giro a su visión respecto de las funciones atribuidas a sus planes y equipos de comunicación. En este punto, es necesario destacar que, si bien la aprobación y el apoyo directo del exministro Ponce fueron clave en este proceso, una actual falta de voluntad política se pone de manifiesto en la actual paralización de esta estrategia.

La premisa del actual régimen evoca un “Gobierno para Todos”, que garantice inclusión, equidad, igualdad de derechos y condiciones sin distinción de edad, género, religión, ideología. En este contexto, la itinerancia respecto de los continuos cambios de autoridades aún no ha reservado el espacio para una comunicación pensada y materializada desde un Buen Vivir, que se estigmatiza en la sombra de propuestas discursivas pasadas que buscan ser eliminadas, barriendo en el camino ideas que, al no trascender hacia los campos de la política pública, corren el riesgo de archivarse como el caso del objeto estudiado en esta investigación.

Además, la ausencia de marcos institucionales que promuevan el desarrollo de programas y servicios de comunicación orientados al desarrollo rural se contraponen a los ideales de fomento a la integración, inclusión y participación ciudadana enunciados desde planes de desarrollo y cartas constitucionales. Con ello, las áreas rurales continúan relegadas a su papel de receptoras de materiales informativos que los excluyen de la participación e intervención necesarias para poder implantar modelos de desarrollo humano que contrarresten los efectos del capitalismo, bajo el cual la periferia ha sido relegada y aislada.

Al retomar el análisis de la muestra, se evidenció una propuesta de plan estratégico de comunicación que detalló una serie de acciones, enfocadas en la transmisión de conocimiento y capacitación acerca de la comunicación participativa y para el desarrollo a funcionarios del Ministerio y 24 líderes representantes de asociaciones de productores del país, que partían de una mirada desarrollista en la que aún prevalecía la estructura vertical de la comunicación institucional, al operar sin desprenderse de patrones difusionistas e informacionales.

Es importante señalar que, pese a que el exministro Ponce decidiera dar un giro al enfoque de la información y comunicación de la institución, el tiempo, los recursos y el conocimiento fueron escasos al momento de generar un plan que lograra trascender las acciones pensadas a corto plazo y desde una visión aún institucional y mediática, incluso reflejadas en acciones como la capacitación impartida a los integrantes del grupo de líderes establecido en la estrategia. Profundizar en el estudio de la relación entre comunicación y el desarrollo humano constituye un eje necesario para mejorar no solo los procesos de implementación de estas estrategias, sino acompañar y reforzar su etapa de elaboración (Aprea y Cabello: 2004: 91).

Si el paradigma del Buen Vivir retoma y considera el conocimiento ancestral de los pueblos andinos, en función de un discurso de sustentabilidad económica, ambiental y social, la propuesta de comunicación participativa y para el desarrollo elaborada por MAGAP refleja una falencia estructural al no haber contado con un diagnóstico previo sobre el público objetivo primario al que debe enfocarse su trabajo: los productores y campesinos.

Respecto de su intención e intento de implementar un modelo de comunicación para el desarrollo rural desde la participación ciudadana, el concepto manejado por MAGAP no se alejó de las características de aquella comunicación instrumental y difusionista utilizada por el Estado como una herramienta de apoyo al desarrollo, para promover su figura intervencionista (Cimadevilla, 2004; FAO, 2016). Sin embargo, el desarrollo continúa marcando la pauta para las acciones de una comunicación que corre el riesgo de estancarse en la novedad de la difusión de innovaciones, según la cual, toda idea, aptitud,

conocimiento y tecnología no podrá ser adoptada mientras no haga ‘clic’ con el entorno cultural y social de quienes podrían adoptarlas (Rogers, 1995).

En este sentido, para que el Buen Vivir pueda trascender a un nivel de conciencia social colectiva, que parta del conocimiento amplio sobre el tema, es indispensable la disposición para su estudio y comprensión, así como el desprendimiento de prejuicios que enfocan su interés en desprestigiar al paradigma y sus conceptos mediante la perpetuación de modelos economicistas, extractivistas y visiones egoístas, anteriormente revisadas desde las corrientes del desarrollo.

En resumen, el discurso enunciado desde la experiencia de comunicación para el desarrollo implementada por MAGAP promueve un modelo desarrollista y economicista que no logra aterrizar en los principios de inclusión, fraternidad, armonía y democratización planteados por el Buen Vivir y que, al contrario, confunde la intervención estatal difusionista -en su intención por generar una comunicación cercana a la ciudadanía- con las premisas de una comunicación para el desarrollo, en la que prima la participación ciudadana desde los niveles iniciales de formulación de estrategias de comunicación hasta la etapa de evaluación de programas y política pública para el desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, Alberto (2006). *Breve historia económica del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional. Disponible en <http://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=42390>

Acosta, Alberto (2008). *Bitácora Constituyente*. Quito: Abya-Yala. Disponible en https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com.ec/&httpsredir=1&article=1537&context=abya_yala

Acosta, Alberto (2010). *El Buen Vivir en el camino del post-desarrollo. Una lectura desde la Constitución de Montecristi*. Quito: Fundación Friedrich, FES-ILDIS. Disponible en <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/07671.pdf>

Alfaro, Rosa María (1993). “La Comunicación como relación para el desarrollo” en VV.AA.: *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Calandria. Pp.: 27-39. Recuperado el 27 de septiembre de 2017 de http://www.bantaba.ehu.es/formarse/ficheros/view/LA_COMUNICACION_COMO_RELACION_PARA_EL_DESARROLLO.pdf?revision_id=56270&package_id=37242

Alonso, Luis Enrique (1994). “Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista cualitativa en las prácticas de la sociología cualitativa” en Delgado, Juan Manuel y Gutiérrez, Juan (coord.): *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis. Disponible en <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2016/01/Alonso-Cap-2-Sujeto-y-Discurso-El-Lugar-de-La-Entrevista-Abierta.pdf>

Aprea, Gustavo y Cabello, Roxana (2004). “Los procesos comunicativos en los proyectos de Desarrollo Humano. Un enfoque teórico-metodológico” en Aprea, Gustavo (comp.): *Problemas de comunicación y desarrollo*. Buenos Aires, UNGS/Prometeo. Pp.: 14 – 47.

Arias, María Mercedes (2000). “La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones”. *Revista Investigación y educación en enfermería*, vol. XVIII, n° 1. Recuperado en 26 de marzo de 2018 de <https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/Triangulacionmetodologica.pdf>

Asamblea Nacional Constituyente (2008). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Montecristi. Recuperado el 12 de noviembre de 2017 de http://www.hlrn.org/img/documents/Constitucion_del_Ecuador_2008.pdf

Ayala Mora, Enrique (2008). *Resumen de historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional. Disponible en <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/836/1/AYALAE-CON0001-RESUMEN.pdf;resumen>

Banco Mundial (2000). “En el umbral del siglo XXI. Informe sobre el desarrollo mundial 1999-2000”. Madrid: Grupo Mundi-Prensa. Disponible en <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/961441468149961994/pdf/192790SPANISH0WDR0199902000.pdf>

Barranquero, Alejandro (2009). *Latinoamérica en el paradigma participativo de la comunicación para el cambio*. Málaga: Universidad de Málaga. Disponible en <http://www.redalyc.org/html/649/64933878003/>

Barranquero, Alejandro (2012). “De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir” en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 17. 63-78. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC>

Beltrán, Luis (2005). “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo”. Ponencia presentada en el III Congreso Panamericano de la comunicación. Panel 3: Problemática de la comunicación para el desarrollo en el contexto de la Sociedad de la Información. Universidad de Buenos Aires, julio 12-16, 2005. Buenos Aires, Argentina.

Beltrán, Luis Ramiro (1976). “Las políticas nacionales de comunicación en América Latina” en *Revista Nueva Sociedad* Nro. 25 Julio-Agosto1976. Pp.: 4-34. Recuperado el 14 de noviembre de 2017 de http://nuso.org/media/articles/downloads/242_1.pdf

Beltrán, Luis Ramiro (1993). “Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación al cabo de cuarenta años”. Discurso de apertura en la inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo, organizada por el Instituto para América Latina, Lima, Perú, 23-26 de febrero, 1993. Recuperado el 14 de noviembre de 2017 de http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion_para_el_desarrollo_en_latino_america.pdf?revision_id=62744&package_id=33044

Berman, Marshall (198). *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Sao Paulo: Companhia das Letras. Recuperado el 17 de febrero de 2018 de https://monoskop.org/File:Berman_Marshall_Todo_lo_solido_se_desvanece_en_el_aire_La_experiencia_de_la_modernidad_3a_ed.pdf

Callejo, Javier (2009). “Introducción a las técnicas sociológicas de análisis de documentos” en Callejo, Javier (coord): *Introducción a las técnicas de investigación social*. España: Editorial universitaria Ramón Areces. Pp.: 213 – 227.

Calsamiglia, H., y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.

Canales, Manuel (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago: LOM.

Canelas, Manuel (2016). “Bolivia: la década ganada... ¿y después?” en Sader, Emir (org.): *Las vías abiertas de América Latina*. Primera Edición. Quito: Ediciones IAEN.

Cardoso, Fernando y Faletto, Enzo (1977). *Dependencia y desarrollo en América Latina*. Siglo XXI editores S.A. Buenos Aires. Disponible en http://www.fundayacucho.gob.ve/wp-content/uploads/2018/01/Cardoso_-Faletto_Dependencia-y-desarrollo-en-AL.pdf

Castells, Manuel (2005). “La Era de la Información: economía, sociedad y cultura”. *La Sociedad Red*. Volumen 1. Madrid: Alianza Editorial.

Chenery, H. B., y Taylor, L. (1968). “Development patterns: Among countries and over time” en *The Review of Economics and Statistics*, p. 391–416.

Chenery, Hollis (1960). “Patterns of industrial growth” en *The American Economic Review*, p. 624–654. Clarendon Press.

Cimadevilla, Gustavo (2004). “Tocarle la cola al león: una lectura del desarrollo a través de sus condiciones de intervención” en Aprea, Gustavo (comp.): *Problemas de comunicación y desarrollo*, Buenos Aires, UNGS/Prometeo. Pp.: 99 – 140.

Cimadevilla, Gustavo y Severina, E. (1993). “Privatización o estatismo. Coyuntura actual y crisis en la extensión rural” en Magela Braga, G. y Krohling, K. M.: *Comunicação rural. Discurso e prática*. Viçosa, Intercom-UFV.

Cohen, Benjamin (1973). *The question of imperialism: The political economy of dominance and dependence*. New York: Basic Books.

Contreras, Adalid (2014). *Sentipensamientos. De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el vivir bien*. Quito, UASB / Editorial Tierra.

Contreras, Adalid (2016). “Aruskipasipxañanakasakipunirakispawa” en Sierra Caballero, Francisco y Maldonado, Claudio (coords.): *Comunicación, Decolonialidad y Buen Vivir*. Quito: Ediciones Ciespal Pp.: 59-93.

Contreras, Adalid (2016). *La palabra que camina. Comunicación popular para el Vivir Bien/Buen Vivir*. Quito: Ediciones Ciespal.

Coral, Silvia (2014). “Adalid Contreras se refiere a la comunicación para el Buen Vivir”. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, 01-12-2014. Recuperado el 12 de diciembre de

2017 de <https://www.uasb.edu.ec/web/spondylus/contenido?adalid-contreras-se-refiere-a-la-comunicacion-para-el-buen-vivir&s=ENTREVISTA>

Cornwall, J. y Cornwall, W. (1994). “Growth theory and economic structure” en *Revista Económica*, p- 237–251.

Decreto Supremo 162 (1973). “Creación de Ministerios de Agricultura y de Industrias” en Registro Oficial 253. Recuperado el 18 de septiembre de 2018 de https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/CREACION_DEL_MICEI.pdf

Del Valle, Carlos (2007). “Comunicación Participativa: Aproximaciones desde América Latina” en *Revista Redes.com Nro. 4*. ISSN 1696-2079. Recuperado el 28 de agosto de 2017 de [file:///C:/Users/mayfe/Downloads/Dialnet-ComunicacionParticipativaAproximacionesDesdeAmeric-3671395%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/mayfe/Downloads/Dialnet-ComunicacionParticipativaAproximacionesDesdeAmeric-3671395%20(1).pdf)

Díaz Bordenave, Juan (1995). *Extensión Rural: modelos y métodos*. Río de Janeiro, FAPERJ-UFRRJ (inédito).

Domecq, Roberto (2004). “Conocimiento, competitividad y calidad de vida” en Aprea, Gustavo (comp.): *Problemas de comunicación y desarrollo*, Buenos Aires, UNGS/Prometeo. Pp.: 13 - 46.

Dulzaides, María Elinor y Molina, Ana (2004). “Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso” en *ACIMED*, 12(2), 1. Recuperado el 25 de marzo de 2018 de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000200011&lng=es&tlng=es.

El Universo (2008). “1,5 millones de migrantes tiene Ecuador”. Recuperado el 31 de marzo de 2018 de <https://bit.ly/2J6oYtk>

El Universo (2018). “Agricultura es el ministerio que más ‘cabezas’ tuvo en 15 meses”. Recuperado el 13 de octubre de 2018 de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/08/26/nota/6922952/agricultura-es-ministerio-que-mas-cabezas-tuvo-15-meses>

Elkan, Walter (1995). “An introduction to development economics” en *New York: Prentice Hall*.

Escobar, Arturo (2005). “El postdesarrollo como concepto y práctica social” en Mato, Daniel (coord.): *Políticas de economía, ambiente y sociedad en tiempos de globalización*. Caracas: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela. Pp.: 17-31. Disponible en <http://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/090505.pdf>

Escobar, Arturo (2007). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Fundación Editorial El perro y la rana. Recuperado el 4 de marzo de 2018 de <https://cronicon.net/paginas/Documentos/No.10.pdf>

Escobar, Arturo (2010). *Una minga para el postdesarrollo: lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones globales*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos: Lima.

Esteva, Gustavo (2013). “The Future of Development: A Radical Manifesto” en *The Journal of Development Studies*. Vol. 50, No. 3, p. 461 – 464.

Fairclough, Norman (1989). *Language and power*. Londres y New York. Longman

FAO, AMARC, CIESPAL y REAF (2016). “Declaración final”. Foro Regional Comunicación para la Agricultura Familiar y el Desarrollo Rural Sostenible. Quito-Ecuador, 6-7 de noviembre de 2016. Recuperado el 18 de abril de 2017 de <http://www.fao.org/3/a-br371s.pdf>

Ferrés, Joan (2017). “La eficacia comunicativa en la educación: potenciando las emociones y el relato” en *Revista Comunicar 52: Cerebro social e inteligencia conectiva* (Vol. 25 – 2017. Recuperado el 9 de marzo de 2018 de <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=52-2017-05>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) (2011). *Comunicación para el desarrollo. Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Oficina de Políticas para el Desarrollo Grupo para la Gobernabilidad Democrática. Nueva York. Disponible en http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf

Foro Ecuatoriano de la Comunicación (FEC) (2009). “Ecuador: propuesta para democratizar la Comunicación” en León, Osvaldo (coord.): *Democratizar la palabra. Movimientos convergentes en comunicación*. Agencia Latinoamericana de Información. Quito, enero de 2013. Pp.: 243-254.

Freire, Paulo (1973). *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXII.

García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editorial Grijalbo. Recuperado el 10 de diciembre de 2018 de <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/garcia-canclini-n-1995-consumidores-y-ciudadanos.pdf>

Garretón, Manuel Antonio (2007). *Del postpinochetismo a la sociedad democrática*. Santiago: Prometeo.

Gray Felder, Denise y Deane, James (1999). “Comunicación para el cambio social”. Documento programático e informe de conferencia. Nueva York: Rockefeller Foundation. Recuperado el 11 de febrero de 2018 de www.communicationforsocialchange.org/pdf/positionpaper.pdf.

Grijalva, Agustín (2011). “El Estado plurinacional e intercultural en la Constitución Ecuatoriana del 2008” en *Revista Ecuador Debate*, n.75, 49-72. Quito, Ecuador.

Gudynas, Eduardo (2012). “Estado compensador y nuevos extractivismos” en *Nueva Sociedad* 237. Buenos Aires. Pp.: 128-146.

Gumucio, Alfonso (2004). “El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social” en *Revista Investigación & Desarrollo*, vol. 12, núm. 1. Pp.: 2-23. Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia.

Gutiérrez, Jesús (2009). “Introducción a la lógica del análisis del discurso” en Callejo, Javier (coord): *Introducción a las técnicas de investigación social*. España: Editorial Universitaria Ramón Areces. Pp.: 245 – 262.

Harvey, David (2014). *Diecisiete contradicciones y el fin del capitalismo*. Quito: IAEN – Instituto de Altos Estudios Nacionales. La Universidad de Posgrado del Estado. Recuperado el 20 de agosto de 2017 de <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Diecisiete%20contradicciones%20-%20Traficantes%20de%20Sue%C3%B1os.pdf>

Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, María (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. Ciudad de México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 16 de mayo de 2018 de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

<http://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=42390>

Ibáñez, T. (2003). “El giro lingüístico” en: *Análisis del Discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: Editorial UOC, Pp.: 21-42.

Kotler, Philip (1992). *Marketing Social*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

León, Magdalena (2008). *El ‘Buen Vivir’: objetivo y camino para otro modelo*. Ecuador: Agencia Latinoamericana de Información – ALAI. Disponible en https://www.alainet.org/de/node/130050#_ftn4

Lucas, Kintto (2015). *Ecuador cara y cruz. Del levantamiento del noventa a la Revolución Ciudadana. Tomo I. Una década de luchas sociales*. Quito: Ediciones Ciespal.

Macas, Luis (2010). “Sumak Kawsay: la vida en plenitud” en *América Latina en movimiento*, No. 452. Quito: Asociación Latinoamericana de Información – ALAI.

Martín Barbero, Jesús (1980). “Retos a la investigación de comunicación en América Latina” en *Humánitas. Portal Temático en Humanidades*. Recuperado el 23 de noviembre de 2017 de https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/barbero_martin_retos_a_la_investigacion_en_la_comunicacion_en_a.l..pdf

Martínez, Luciano (2013). *La agricultura familiar en el Ecuador*. FIDA-RIMISIP. Recuperado el 18 de abril de 2017 de: http://www.flacsoandes.edu.ec/system/tdf/%25f/agora/files/la_agricultura_familiar_en_el_ecuador.pdf?file=1&type=node&id=62751

Mason, Jennifer (1996). *Qualitative Researching*. Londres: Sage Publications Ltd.

Meier, G.M. y Stiglitz, J. E. (2000). *Frontiers of development economics: The future in perspective*. Washington, D.C.: World Bank/Oxford University Press.

Minayo, María Cecilia de Souza (2010). “Los conceptos estructurantes de la investigación cualitativa” en *SciELO - Scientific Electronic Library Online*. Lanús – Buenos Aires, Argentina. Universidad Nacional de Lanús. Recuperado el 10 de abril de 2018 de <https://www.scielosp.org/article/scol/2010.v6n3/251-261/>

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) (2016): “Planificación estratégica de intervención territorial con un enfoque de comunicación participativa y para el desarrollo en el MAGAP”.

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) (2017): “Valores, misión, visión”. Recuperado el 9 de septiembre de 2017 en <http://www.agricultura.gob.ec/valores-mision-vision/>

Moreno, Francisco Javier (2015). “Apropiación tecnológica y desarrollo comunitario en la red de telecentros Guadalinfo. La construcción de la ciudadanía digital en la segunda modernización de Andalucía”. Disertación doctoral. Universidad de Sevilla. España.

Muriel, María Luisa y Rota, Gilda (1980). *Comunicación Institucional. Enfoque social de relaciones públicas*. Quito: Colección Intiyán, Ediciones Ciespal.

Nueva Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia (2009). Aprobada por referéndum el 25 de enero de 2009. Recuperado el 4 de noviembre de 2018 de https://www.oas.org/dil/esp/Constitucion_Bolivia.pdf

Oepen, Manfred (2000). *Communicating the environment. Environmental education, communication and sustainability*. Frankfurt: Edit. Peter Lang.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2016). *Comunicación para el desarrollo rural. Directrices para la planificación y formulación de proyectos*. Roma. Recuperado el 10 de junio de 2017 de <http://www.fao.org/3/a-i4222s.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2012). “Marco Estratégico de Mediano Plazo de Cooperación de la FAO” en *Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe, 2012-2015*. Disponible en <http://www.fao.org/docrep/019/as169s/as169s.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2014). *Comunicación para el desarrollo, medios comunitarios y TIC para la agricultura familiar y el desarrollo rural*. Recuperado el 8 de octubre de 2017 de <http://www.fao.org/e->

[agriculture/sites/default/files/uploads/kb/2015/02/e-agriculture_policy_brief - comdev -
_spanish.pdf](http://agriculture/sites/default/files/uploads/kb/2015/02/e-agriculture_policy_brief_-_comdev_-_spanish.pdf)

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (Unesco) (2008). *Estrategias de Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible*. Santiago de Chile: Unesco. Capítulos IV, V y VI. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001595/159531s.pdf>

Osuna, José Luis y Márquez, Carolina (2000). *Guía para la evaluación de políticas públicas*. Sevilla, Instituto de Desarrollo Regional. Recuperado el 17 de octubre de 2017 de <http://siare.clad.org/siare/innotend/evaluacion/manualeval.pdf>

Paz y Miño, Juan (2006). “Ecuador: una democracia inestable” en *Revista Historia Actual On Line – HAOL*. Núm. 11. Pp.: 89-99. Recuperado el 8 de septiembre de 2017 de [file:///C:/Users/mfmoran/Downloads/Dialnet-EcuadorUnaDemocraciaInestable-2380207%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/mfmoran/Downloads/Dialnet-EcuadorUnaDemocraciaInestable-2380207%20(2).pdf)

Peña, Tania y Pirela, Johann (2007). “La complejidad del análisis documental. Información, cultura y sociedad” en *revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, núm. 16, enero-junio, 2007*. Pp.: 55-81. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Disponible en <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=263019682004>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Comisión Económica para América Latina (Cepal) (1999). “Informe Nacional sobre Desarrollo Humano 1999”. Santo Domingo, República Dominicana. Recuperado el 18 de enero de 2018 de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35133/S9900530_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quijano, Aníbal (2000c). “El fantasma del desarrollo en América Latina” en *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 6, 2: 73-90.

Quijano, Aníbal (2010). “América Latina: hacia un nuevo sentido histórico” en León, Irene (coord.): *Sumak Kawsay/Buen Vivir y cambios civilizatorios*. Quito: FEDAEPS, 2010. Pp.: 55-71. Disponible en http://www.fedaeps.org/IMG/pdf/America_Latina_hacia_un_nuevo_sentido_historico.pdf

Quintero, Pablo (2012a). “Los estudios antropológicos del desarrollo” en *Temas antropológicos*, 34, 2: 52-80. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455845081006>

Quintero, Pablo (2013). “Desarrollo, modernidad y colonialidad” en *Revista de Antropología Experimental No. 13. Texto 5: 67-83*. Universidad de Jaén, España.

Ragin, Charles (2007). “Uso de los métodos cualitativos para el estudio de los aspectos comunes” en *El proceso de la investigación social: ideas y pruebas empíricas*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores. Universidad de los Andes. Pp.: 143-176.

Ramírez, René y Guijarro, Juan (2016). “De la ira a la esperanza, la disputa del futuro en Ecuador”, en Sader, Emir (org.): *Las vías abiertas de América Latina*. Primera Edición. Quito: Ediciones IAEN.

Registro Oficial 168 (2011). “Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP”. Recuperado el 18 de septiembre de 2018 de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu139577.pdf>

Rist, Gilbert (2002). “El desarrollo: historia de una creencia occidental” en *Los libros de la Catarata*, Pp.: 13 – 18, 273 – 284. Madrid, España.

Rodríguez, Gregorio; Gil, Javier y García, Eduardo (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga: Editorial Aljibe.

Rofman, Adriana; Polo, Patricia; Suárez, Francisco y Varela, Omar (VV.AA.) (2004). “La dimensión de la cultura en los procesos de desarrollo local” en Aprea, Gustavo

(comp.): *Problemas de comunicación y desarrollo*. Buenos Aires, UNGS/Prometeo. Pp.: 141-166.

Rogers, Everett M. (1976). “Communication and Development: The Passing of the Dominant Paradigm” en *Communication Research*, 3 (2). Pp.: 213–240. Disponible en <https://doi.org/10.1177/009365027600300207>

Santander, P. (2011). “Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso” en *Cinta moebio 41*: 207-224. Disponible en www.moebio.uchile.cl/41/santander.htm

Santander, P. (2007). “ACD y análisis de los medios” en Santander, P. (ed.): *Discurso y crítica social*. Santiago: E.O.C, pp. 27-43.

Santos, Boaventura de Sousa (2009a). *Una epistemología del Sur. La reinención del conocimiento y la emancipación social*. México, Siglo XXI: CLACSO.

Santos, Boaventura de Sousa (2011). “Introducción: Las epistemologías del Sur”. Ponencia presentada en el Foro de Davos del 27 al 31 de enero. Disponible en http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/INTRODUCCION_BSS.pdf

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) (2009). “Plan Nacional para el Buen Vivir”. Quito: Editorial Conejo.

Servaes, Jan (2000). “Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos” en *Temas y Problemas de Comunicación*, nº 10, Año 8, UNRC.

Servaes, Jan (2008). *Communication for development and social change*. Londres: Sage. Disponible en http://library.ukzn.ac.za/Libraries/ebook/community_development_for_social_change.sflb.ashx

Servaes, Jan (2012). “Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general” en *Cuadernos de Información y Comunicación – CIC, volumen 17*. Pp.: 17

– 40. Recuperado el 4 de abril de 2018 de <file:///C:/Users/mayfe/Downloads/39256-48187-2-PB.pdf>

Sierra Caballero, Francisco (2007). “Economía política y teoría crítica en Iberoamérica. Pensamientos al margen” en *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación SPHERA PÚBLICA Número Especial*. Murcia. Pp.: 263-280.

Sierra Caballero, Francisco (2016). “Buen Vivir y Ecología de la Comunicación. Principios para la *religancia* y el *clinamen* ético-político de una matriz neobarroca” en Sierra Caballero, Francisco y Maldonado, Claudio (coord.): *Comunicación, Decolonialidad y Buen Vivir*. Quito: Ediciones Ciespal. Pp.: 113-142.

Silva, Carolina (2008). “¿Qué es el Buen Vivir en la Constitución?” en Ávila, Ramiro (edit.): *Constitución del 2008 en el contexto andino. Análisis de la doctrina y el derecho comparado*. Serie Justicia y Derechos Humanos, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, Quito-Ecuador.

Smith, Adam (1976). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Oxford:

Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos en investigación. La búsqueda de los significados*. España: Editorial Paidós. Pp.:100 -132

Todaro, M., y Smith, S. (2009). *Economic development*. Boston: Addison Wesley.

Ulloa, César (2007). *Comunicación, cultura y desarrollo*. Quito: Editorial Quipus-Ciespal.

Torrico, Erick (2004). *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá: Grupo Editorial Norma. Recuperado el 8 de marzo de <https://sociologiadelacomunicacionucab.files.wordpress.com/2015/10/abordajes-y-periodos-de-la-teor3ada-de-la-comunicacic3b3n-erick-torrico.pdf>

Van Dijk, Teun (1996). “Prólogo” en Pinto, María y Gálvez, Carmen: *Análisis documental de contenido. Procesamiento de información*. Madrid: Editorial Síntesis S.A. Recuperado el 26 de agosto de 2018 de https://www.researchgate.net/publication/49480612_Analisis_documental_de_contenido

Van Dijk, Teun (2003). *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*. Ariel. Barcelona.

Vázquez Barquero, Antonio (1998). “Desarrollo endógeno. Conceptualización de la dinámica de las economías urbanas y regionales” en *Cuadernos del Cendes*, ISSN 1012-2508, N°. 38 (may-ago). Pp.: 45-65.

Velásquez, Jorge A. (2014). “La comunicación: fundamento de las políticas públicas” en *Revista Comunicación*, No. 30 p. 23 – 33. Medellín, Colombia. ISSN 0120-1166. Recuperado el 4 de marzo de 2018 de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/3379/2977>

Vicente, Miguel (2009). “Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso. La necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica” en Sierra, Francisco (coord.): *Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital*. Sevilla: Universidad de Sevilla. ISBN:qui 978-84-472-1154-8.

Vicente, Miguel (2009). *Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica*. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/240622113_Desde_el_analisis_de_contenido_hacia_el_analisis_del_discurso_la_necesidad_de_una_apuesta_decidida_por_la_triangulacion_metodologica

Vickery, Bryan (1970). *Techniques of information retrieval*. Londres: Butterworths.

Wanderley, Fernanda (2009). “Prácticas estatales y el ejercicio de la ciudadanía: encuentros de la población con la burocracia en Bolivia” en *Iconos, revista de Ciencias Sociales*, No. 34, mayo 2009. Quito: FLACSO-Ecuador. Pp.: 67-79.

Williams, Raymond (2000). *Palabras clave*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Anexo 1

Entrevista a Diego Merizalde

Licenciado en Comunicación. Especialista en Comunicación estratégica, exdirector del Departamento de Comunicación Social del MAGAP (2012-2017), responsable principal del diseño e implementación de la estrategia objeto de este estudio.

¿Cómo inició la idea de implementar la comunicación para el desarrollo en MAGAP?

Para nosotros el tema de la comunicación participativa y la comunicación para el desarrollo casi era una obligación porque lo que hacíamos era trabajar con la población directamente, eso nos exigió a nosotros tener una perspectiva de trabajo que nos permita que la gente se vaya empoderando del trabajo de comunicación que se hacía y eso obedecía a ciertas lógicas para que la gente se movilice y no en términos políticos de tira piedras, pero si en términos políticos de movilización para que la gente solicite incluso sus derechos.

Yo recuerdo que el ministro Javier Ponce nos exigía que la gente que incluso estaba en descontento con nosotros, con el ministerio, nos diga qué estamos haciendo mal. Era un ministro que primero no le gustaba tener un blog, la mayor parte de las páginas web de las instituciones, la mayoría tiene como que un blog de sus autoridades y a Javier no le gustaba eso.

La primera directriz que Javier Ponce me dio cuando era director, me dijo, yo no quiero ninguna fotografía mía ni ninguna fotografía de las autoridades en la página web ni tampoco en redes sociales, yo le pregunté que cuál era la perspectiva y me dijo, “Carajo, no ves para quien trabajamos”, me dijo que nosotros trabajamos para la gente. Entonces, al buen entendedor pocas palabras.

Javier Ponce lo que quería, desde su perspectiva, porque es un comunicador social además, lo que quería es que nosotros empecemos a empoderar a la gente y hacer comunicación desde la participación de la gente. Por eso toda actividad de difusión era desde la gente. Eso me decía él, incluso desde los titulares, los textos de información, me decía que tenía que hacerlo desde lo que decía la gente, uno o dos párrafos chiquitos de lo que digo yo, me decía él y lo que digan las otras autoridades, pero no más allá de eso.

Desde que yo entré al ministerio de Agricultura, te estoy hablando desde mayo del 2012, ese fue el lineamiento de trabajo que nosotros adoptamos. Entonces toda la lógica de trabajo se hacía desde la gente, las entrevistas, toda la información que se sacaba era desde la gente. La lógica no era que el ministerio entregó tal cosa, sino que el productor recibió y se benefició.

Para nosotros los comunicadores institucionales era una lógica totalmente diferente y empezar a trabajar con dos lógicas, la lógica mediática y la otra territorial, es decir, nos tocaba ir a territorio y empezar a hacer el trabajo por la gente, más horizontalidad. Esto se volvió para nosotros un desafío, para mí era cambiar los esquemas que yo tenía en comunicación institucional y tratar de comprender esa nueva lógica que el primer personaje institucional quería, pero esto no era bien entendido por eso nos costó a nosotros al menos seis o siete meses para tratar de entender esa nueva lógica que la autoridad quería.

Después ya nos fuimos acomodando nosotros, yo fui conociendo al personal, vi las características, los talentos de cada uno y fuimos acomodando equipo.

¿Surgió esto desde la máxima autoridad pero fue una iniciativa propia?

Si, la máxima autoridad porque él trabajó en comunicación popular y participativa. Casi todo el historial de Javier Ponce es eso, no es un encontrado en el tema de comunicación y de hecho él trajo a trabajar con nosotros a su asesor personal de comunicación popular y alternativa que es Manuel Vera, cuando él entra en el año 2013, se nos abrió todo un abanico superior, ya lo nuestro no estuvo basado solo en la comunicación de la institución que es difusiva, se nos dio un reto mayor y era trabajar en territorio.

A principios del 2013 empezamos a trabajar con una lógica articuladora entre los comunicadores de territorio y planta central que nos permita articular el discurso institucional pero desde la gente. Si se revisa, todos los trabajos periodísticos hechos desde el año 2012 hasta el año 2017 que yo salí, todos absolutamente, eran generados a partir de la población, ningún elemento, ningún instrumento fue generado desde la autoridad.

La lógica difusiva era distinta a como hacen las otras instituciones, se nos ponía como un verdadero desafío el trabajar territorialmente para que la gente empiece a organizarse y

decir que es lo que quiere, lo que necesita, bajo esa lógica que te decía del ministro de que la gente nos diga en ese tiempo qué es lo que estábamos haciendo mal.

Nosotros necesitamos entender desde donde teórica y metodológicamente debíamos empezar a trabajar. Yo desde la experiencia académica porque yo había sido ya docente universitario desde el año 2002 hasta el año 2007 más o menos, y todo eso se me planteaba a mí como un reto, entonces empezamos a ver desde donde podíamos verle y se nos ocurrió Rosa María Alfaro, peruana que trabajaba desde el tema de comunicación participativa. El desafío que nos puso Javier Ponce era fuerte. Yo francamente había trabajado en comunicación participativa pero no en vivo y en directo.

¿Cómo es la comunicación alternativa?

La comunicación alternativa es precisamente tratar de oponerse, no solamente en medios sino en lógica a la comunicación tradicional que está más basada en la difusión y también en lo que dicen las autoridades y esta nueva lógica de trabajo a nosotros nos exigía más. Pero si era difícil.

Me comentaba que habían pensado en Rosa María Alfaro...

Yo de la experiencia académica que tenía pensé en hacer nuestro trabajo desde la perspectiva de Rosa María Alfaro porque yo sabía que la autora había trabajado sobre estas temáticas en vivo y en directo.

Desde lo académico fuimos viendo otras alternativas, vimos a Todorov, que trabajaba sobre el problema de la otredad, este autor da tres alternativas, amar, odiar o conquistar. Pero a nosotros se nos hacía un poco complejo porque primero vas a trabajar con el sector campesino y el sector campesino la verdad es bien difícil, es un sector súper inconforme.

Las lógicas del campo son distintas a las lógicas de la ciudad, entonces era más o menos como calzar un círculo en un cuadrado. Todorov reflexiona para una sociedad que ya no existe.

Entonces desde donde, Adalid Contreras, nos encontramos con textos de este autor y vimos que la perspectiva de él era la perspectiva para el desarrollo.

Pero, ¿cuál desarrollo?

Ahí hay un problema. Curiosamente yo en el año 2002 me gané una beca para seguir una maestría de género, equidad y desarrollo. El desarrollo sustentable también es una entelequia, no es que hay desarrollo. Entonces ahí se me planteaba a mí también algunos desafíos.

Nuestro reto era doble o triple, primero entender a los académicos, la perspectiva teórica y metodológica. A mí no me gusta implementar algo con datos empíricos, me gusta articular desde la lógica científica y general. Porque además mi formación es de investigador.

A partir de la enseñanza más práctica de los campesinos fuimos entendiendo esa lógica del otro, que es lo que quería el otro. El campesino lo único que quería es ser escuchado. Cuando tú estás en el campo la gente te cuenta todo, es una lógica distinta.

Eso entendí de mejor forma cuando viajé con Javier Ponce a Machala, cuando ya terminamos la reunión, me preguntó ¿qué te pareció?, le dije muy bien manejado y Javier me dijo que la gente necesita que la escuchen y ahí comprendí todo.

Tenía razón, él lo que hacía era escuchar a la gente, sus necesidades. Me acuerdo hasta ahora que la dirigente Delia Caguano entendió también esa lógica y conversaban todo con Javier Ponce.

Javier Ponce siempre ha estado con el sector campesino, no era un aparecido en Agricultura, él sabía que es lo que la gente necesitaba y por eso solamente había que entenderle las lógicas. A partir de esto la lógica nuestra cambió en comunicación, ya se basó en escuchar ya no en decir.

¿Cuál fue el punto de partida? Usted me había comentado que hicieron una estrategia

A partir del entendimiento, lo que nos tocaba era diseñar una estrategia que nos permitiese hacer el trabajo de forma ordenada porque nuestro asesor no hacía las cosas de manera ordenada y sistemática, un tipo muy inteligente, muy capaz, pero sin orden y a mí me apasiona la planificación, entonces lo que hice fue empezar a generar una estrategia para que nos permita implementar todo lo que habíamos pensado y lo que Javier Ponce quería, era una mixtura.

Hicimos la estrategia teóricamente articulamos desde Todorov, Adalid Contreras y Rosa María Alfaro. Entonces fue hacer una mixtura, hicimos la estrategia y se generó, entre otras cosas, nosotros proponíamos que la gente haga comunicación, no nosotros, que todas sus necesidades, aspiraciones, requerimientos salgan de ellos, no desde lo que yo pienso, sino desde su necesidad.

¿En qué formato trabajaron esa estrategia? Me dijo usted que es un documento, ¿cómo se trabajó este documento?

Mi lógica de trabajo siempre es articular talento, entonces lo que hicimos fue un primer encuentro en el que se enseñaron todas las herramientas de comunicación, ahí estuvo Belén para también desde la lógica de las redes sociales empezar trabajar desde el sector campesino.

Lo primero que tuvimos que hacer fue capacitar, lo otro era ver gente que conozca sobre comunicación para el desarrollo, ahí teníamos nosotros dos compañeras que se supone saben del tema de comunicación para el desarrollo, es Carolina Herrera que para ese tiempo estaba estudiando en la Universidad Salesiana y Cinthya Márquez que también ya era profesional en el campo.

Yo no creo en la espontaneidad de la comunicación, yo creo en las lógicas articuladas. Nosotros elaboramos un primer borrador y faltaba la lógica de las redes de comunicación, entonces sobre ese tema nos pusimos a trabajar, esa ya fui una iniciativa mía, porque lo de las redes yo había trabajado en el plano teórico, pero nunca le había bajado al plano práctico.

A mí lo que me interesaba desde el principio, con Todorov era pasar de la parte de la comunicación instrumental al sujeto que es lo que él propone, que es lo que yo también propongo en mi libro, pasamos de esa lógica instrumental de ver la radio, la prensa escrita, las redes sociales a la lógica de la gente para que ellos mismos vayan haciendo sus procesos de comunicación, entonces ahí la cosa era que ellos mismos se articulen, pero había que hacerles conocer qué era comunicación.

¿Y ahí no interviene un poco este tema de la educomunicación que lo menciona Paulo Freire?

Bueno, la educomunicación se trabaja desde varias lógicas, yo en mi tesis de pregrado trabajé en un tema de educomunicación, además era la primera en estos temas para el año 2000 se presentaba en la Central.

Yo me encontré con una barrera súper fuerte en el ámbito teórico y metodológico y no sabía desde donde trabajar el tema de la educomunicación, se me ocurrió trabajar desde Alfonso Plaza con el tema de la educación e ir mixturando con algunos temas de comunicación, eso yo le llamé comunicación para la educación, no le llamé educomunicación porque para entonces no había todavía el término.

Empecé a ver textos y el que más me pareció que se podía parecer a esto teóricamente es el de Alberto Pereira Valarezo, que se llama semiolinguística y comunicación, con eso entendí muchas cosas de comunicación y educación y las fui haciendo y eso se llevó a cabo.

Como dice Paulo Freire también, no era que vos le des haciendo a la gente, sino enseñar a la gente que haga, más o menos esa lógica cristiana que dice que no le des de comer sino que le enseñes a pescar.

Con esa lógica empezamos a trabajar, primero lo que debíamos hacer era capacitar a la gente. Capacitamos a miembros del Consejo Sectorial y Ciudadano del ministerio de Agricultura. Nos contactamos con la dirigente Delia Caguano y nos dijo que nos presentaba a los representantes de todo el país, ustedes articulan con ellos y ustedes van bajando a la capacitación.

En principio nuestro reto era crear 24 redes, una red por provincia, pero no avanzamos, es un trabajo titánico. Creo que avanzamos a crear 10 o 15 redes, no más allá de eso, no avanzamos porque teníamos que combinar el trabajo entre la difusión nuestra del ministerio y el trabajo de comunicación para el desarrollo participativo, entonces si era difícil.

Viajamos por todo lado con este equipo de trabajo a Eduaxis la teníamos a lado porque ella tenía otra lógica de trabajo que la verdad no compaginaba con mi lógica de trabajo que es mucho más agresiva, no es que vas y le dices al campesino pobrecito, perdón por lo que voy a decir pero si al campesino tenías que putearle para que haga tenías que hacerlo.

A veces hablábamos en términos duros pero era para que estos compañeros empiecen a trabajar en sus lógicas de comunicación no en la lógica de comunicación de la institución, sino en una propia. Era unir el tema de comunicación que es entenderse, participar y la difusión que es otra cosa. Nosotros no teníamos la lógica del benefactor.

En principio nosotros hicimos una cuestión institucionalizada porque no teníamos otra alternativa, entonces les invitábamos a las coordinaciones zonales, a las direcciones provinciales del país y ahí hacíamos los procesos de capacitación, después ellos se empoderaron del tema y nos pidieron hacer en sus propias comunidades, es decir, ellos empezaron a organizarse, nosotros ya no.

Hay procesos de comunicación que se pueden demorar años, yo a esto lo aceleré porque ya le presentamos al ministro también la propuesta y aprobó. Pero nos tocaba mostrar resultados.

¿Estuvieron alineados a la propuesta del Plan de Desarrollo del país?

Algunos sí, por ejemplo ese de *Sumak kawsay*, de la seguridad alimentaria. Una vez que tuvimos armadas las redes con la gente lo que hicimos es fortalecer la capacitación, después generamos una alternativa mayor para que la gente vaya creando sus propios medios de comunicación.

¿Qué contaban a la gente, qué les decían en las primeras capacitaciones?

Comunicación para el desarrollo. Les decíamos que era comunicación en principio, les contaba qué era eso de comunicación, que esta no se agota necesariamente, que no es solo lo que está en los medios, sino que está en todo lado.

Les decía que la comunicación es una actividad pensante cognoscitiva, es un tema transversal, es decir que atraviesa toda y cada una de las lógicas de la gente. Los campesinos lo que decían es que la pacha mama, los sembríos les decían a ellos cuando están listos para ser cosechados, entonces esa es una forma de comunicación.

Les capacitábamos para que sepan cómo escribir, les decíamos que es como andar en bicicleta, al principio vas a tener cierta torpeza pero después vas a escribir bien, les

dábamos ciertas pautas. Después de todo esto le capacitamos en cómo hacer medios de comunicación, es decir, primero di todos los planos teóricos, metodológicos para que ellos sepan y después lo que hicimos es indicarles los medios de difusión, nos llevamos tiempo capacitándoles en cómo hacer radiogramas, periódicos murales, documentos para que vehiculen la comunicación.

Ellos entendieron bien la lógica, lo que queríamos que era que comuniquen, no que informen, que comuniquen y proceso de comunicación hasta que yo salí tenía dos partes, la una era aprender y aprehender comunicación y realizar difusión, la otra era que ellos empiecen a empoderarse de todo el proceso administrativo de la institución y eso significaba que ellos empiecen a generar incluso procesos de participación y toma de decisiones en todo lo que era comprar insumos, generar alternativas de producción.

Hay una premisa súper importante de la comunicación para el desarrollo que busca cambiar las actitudes de las personas con las que trabajan...

En este caso eran dos, la actitud y la aptitud. La aptitud para comunicar y la actitud para relacionarse, porque la comunicación viene del verbo comunico con el otro, esto es relación.

Ustedes participaron en el Foro de la FAO, a partir de la declaración final de este Foro, ¿utilizaron ese documento como insumo para sustentar el proceso?

Yo no lo diría que fue como insumo, lo tomamos como punto de partida y con eso generamos todos los procesos de entendimiento, de comunicación, de relación para la gente.

¿Hubo algún tipo de intervención, de apoyo, de articulación, con alguna organización como la FAO?

Para nada. FAO la verdad lo único que nos brindó fue su apoyo moral porque cuando nosotros presentamos esta iniciativa a Javier Ponce y lo aceptó, él no quiso que se incluya a ninguna organización porque me dijo que le iba a desinstitucionalizar el proceso. Yo creo que tenía razón porque FAO tenía otra perspectiva de trabajar esto de la comunicación.

No sé cómo se encuentre la comunicación en el ministerio de Agricultura, pero de la experiencia que yo tuve fue muy enriquecedor, me llevó a entender que hay otros procesos comunicativos y entender que la gente tiene cosas que decir, elementos para relacionarse, formas para interactuar y eso es básicamente lo que se ha hecho, tener presente como se interactúa, como se genera comunicación e información.

¿A nivel jerárquico hubo un conocimiento, una consciencia del desarrollo en sí?

A nivel jerárquico este fue el punto de partida y de llegada porque si no hubiese sido por la idea del ministro Javier Ponce que con toda su sapiencia y su conocimiento siempre llamaba la atención que no estábamos haciendo comunicación no hubiéramos logrado esto. Nosotros íbamos de departamento en departamento, de coordinación en coordinación y a la gente, como era una nueva perspectiva, se sentía fascinada. Yo te hablo de viceministros, de subsecretarios. Te hablo del viceministro Ramón, un tipo muy receptivo que el entendió todo esto de para qué hacer la comunicación participativa para el desarrollo porque él es un técnico en el tema agrícola y sabía qué hacer en este caso.

Anexo 2

Entrevista a Belén Vázquez

Ingeniera en Mercadeo y máster en Administración de Empresas; analista de Comunicación y administradora de las redes sociales del MAGAP, responsable de la coordinación logística e implementación del objeto de estudio.

¿Hace cuánto tiempo trabajas en el Ministerio?

Nueve años en la institución y soy la community manager hace cuatro años

¿Cómo te vinculaste en la implementación de esta estrategia de comunicación para el desarrollo?

Un día el ministro Ponce dijo que quería tener una relación más cercana con los agricultores. Entonces nosotros tenemos el Consejo Sectorial Ciudadano que en su momento se llamó Consejo Sectorial Campesino. Estos se conforman en cada provincia se reúnen las asociaciones y eligen un dirigente entonces tenemos 24 dirigentes. Ellos tienen el objetivo de reunirse y ver cuáles son las necesidades de cada una de las asociaciones y traerlas acá al ministerio. La presidenta actual es Delia Caguano, ella les reúne los trata y le dan sus necesidades sus prioridades lo que quieren directamente al ministro. Anteriormente, el ministro Ponce se reunía una vez al mes con ellos y tenía una relación cercana, entonces a partir de eso él dijo que quiere tener una comunicación más cercana con ellos y que se les capacite en varios temas. Es cuando Diego Merizalde dice OK empezamos, sin tener un poco el norte pero íbamos a empezar a trabajar directamente con ellos. Les capacitamos en lo que es medios de comunicación se les hizo media training redes sociales en varias cosas, hasta que aprendan a escribir para redes sociales.

¿Desde cuándo empezaron?

Empezamos, me parece que fue en noviembre de 2016 y empezamos a viajar a las provincias para que ellos no vengán y tengan que venir hasta acá porque es un trámite para ellos porque son agricultores y se les complica. Entonces íbamos nosotros a la provincia, les capacitábamos nos reuníamos con ellos. Nos reuníamos primero en cada provincia luego por coordinación zonal. Era súper como te digo fue súper positivo porque no era solamente que nosotros les capacitábamos a ellos sino que ellos también nos retroalimentaban en varias cosas. Entonces ahí también salió el tema de que nosotros con los comunicadores de cada provincia trabajamos en que deben hacer programas en la radio,

programas comunitarios entonces ahí les empiezan a llevar a ellos y ellos nos decían: “Miren no me han invitado a mí y yo quiero decir varias cosas en la radio”.

Entonces, fue una iniciativa que surgió por parte de ellos, fueron los agricultores quienes les dijeron “queremos que nos incluyan”.

Que nos incluyan en los programas de radio, porque nosotros ya teníamos programas de radio pero más les entrevistábamos nosotros a los técnicos y ahí llamaban los agricultores a preguntar: “¿y cómo hago esto y como hago este otro?”. Ahí empezaron a incluirles dentro de las radios que teníamos nosotros los programas.

Fue un proceso que íbamos o ellos venían, sí fue un proceso bien largo. Les hicimos media training. Una vez, le dijimos a Mayra Perugachi de Imbabura que íbamos a hacer un media training. Pusimos varias cámaras y le hacíamos preguntas y teníamos a comunicadores ahí. De eso escribimos un boletín de prensa en el que dijimos: “Mayra Perugachi está en contra del ministro de Agricultura, Javier Ponce”. Lo sacamos en un periódico ficticio hicimos este ejercicio con esta agricultora de Imbabura. Ella reaccionó negando haber dicho eso e incluso la intención era para qué sepa cómo manejar la comunicación de crisis y qué es lo que ella tendría que hacer.

Hicimos este media training como a tres representantes de estas asociaciones en quienes veíamos que pueden salir a medios y que podría pasar eso. Porque había unos que simplemente medios, no mismo. Pero sí hicimos eso con ellos.

Empezamos, así como te digo, sin tener un norte de cómo sería, hasta que, ahí sí debo decir, llegó Eduaxis y ella sí le dio un norte al tema de la Comunicación participativa y para el desarrollo y empezamos con los periódicos murales, con los cuentos y así varias cosas y empezamos a capacitar ya a nuestros técnicos para que empiecen a tener esta comunicación más cercana y no sea tan como solo radio, prensa, si no ya en periódicos murales, en las organizaciones.

Lo que pretende esta investigación es determinar desde qué concepción del desarrollo ustedes estructuraron esta estrategia de comunicación participativa para el desarrollo...

Nosotros como toda dirección de Comunicación, manejamos redes sociales, boletines, medios de comunicación, pero nos dimos cuenta que nuestro público objetivo no tiene acceso a todos estos medios. Porque pueden tener TV y radio que no les llega la noticia que nosotros quisiéramos que les llegue sino únicamente lo que los medios quieren comunicar. Entonces buscamos la manera de encontrar un medio diferente, que no sea redes sociales, porque hay varios lugares en el Ecuador que no tienen señal, no acceden a Facebook o

Twitter. Queremos llegar de otra manera. Ahí surge la idea de reunirnos con la gente del consejo, reuniros con las asociaciones y ver cuáles son sus maneras de reunirse, de comunicarse de asociarse. Vimos que ellos tienen sus casitas comunales, sus iglesias. Ahí nace el periódico mural, los cuentos, las reuniones, el perifoneo, que eso también llega y eso lo pusimos dentro de la comunicación participativa.

Tuvimos un excelente acercamiento con la gente nos abrieron las puertas. Yo creo que Diego fue uno de los pilares, porque él nos decía “vamos a la comunidad tal” y él nos preguntaba: “¿van a ir vestidas así?”. Claro nosotras veníamos vestidas como para venir a trabajar en la oficina, pero él nos decía “no vengan con sus mejores galas, vengan con un blue jean y si pueden con botas de caucho para que la gente se sienta cercana y que nos abran las puertas”.

Y es verdad. Dijimos estamos mal. Ahí nos acercamos bastante a la gente en el sentido de entenderle su manera cultural de vivir, sus principios sus cosas y unirnos con ellos para que nos abran las puertas.

Te digo esto porque la relación que tuvimos con el Consejo fue súper buena a tal punto que en una reunión que tuvo el ministro recién con ellos, siguen siendo los mismos de antes, creo que en diciembre los cambian me parece, pero le pidieron al ministro que se vuelva... Nosotros teníamos un proceso de capacitación que empezábamos con lo que empezamos y luego a seguir con varias actividades, pero se paró claro por los cambios de autoridad, cambios de ministros y directores de comunicación

Ya no nos dieron chance de seguir con ese proceso pero en esta reunión que tuvieron si le dijeron al ministro que sigamos con el proceso porque ya tuvieron una capacitación. Esta reunión fue hace dos semanas y te juro que me sentí súper contenta de verles a los tiempos y que digan eso de comunicación si fue como que tuvimos una buena respuesta y un buen resultado.

Sí tuvimos también un resultado negativo. Les enseñamos a usar redes sociales a la gente del consejo. Quienes integran son asociaciones que se reúnen y eligen un representante de cada provincia entonces tenemos 24 consejeros. Por ejemplo ahorita tenemos problemas con Bernardo Bravo de Guayas porque él le está acabando al ministro por redes sociales. Sabíamos que tal vez esto nos iba a patear pero no por eso podríamos dejar capacitar a la gente

¿La estrategia la hicieron en grupo y nació por una disposición jerárquica del ministro?

Así es. Un día vino Diego y nos dijo: “el ministro me ha pedido esto, ¿cómo hacemos?”. Entonces empezamos a dar nuestras ideas porque eso era algo buena de Diego, que nos reunía y como grupo empezamos a armar nuestra estrategia y así fue como empezó.

Dentro de la estrategia, ¿cómo fueron insertando el desarrollo en este concepto que manejamos como comunicación institucional a nivel de ministerios?

Nos dimos cuenta que la manera como estábamos manejando la comunicación no era la manera de llegar a la gente, porque no era una comunicación rural, porque si bien llegaba a las ciudades a la parte urbana, pero no era rural. Entonces empezamos a crear una comunicación más cercana. A través de mensajes del estilo: “si usted quiere acceder a esto acérquese a o comuníquese con...”

¿Cuáles eran los mensajes o la información que ustedes les daban a ellos? ¿Ellos querían informar o recibir la información?

La idea era que ellos informen. En los periódicos murales pusimos de una a dos noticias nuestras pero después pensamos incluir a la comunidad no solamente en el tema agropecuario, sino que ellos también se integren y se empoderen del medio. Hacer un grupo de personas y ver quiénes tienen la capacidad de escribir o dibujar. Unirles y empezar a hacer este tipo de información. Entonces era nosotros informábamos y ellos también informaban.

¿Quiénes estuvieron a cargo como responsables principales?

Diego, él estuvo a la cabeza desde el inicio.

Carolina Herrera que estudió comunicación comunitaria

Cristina Carcelén, que tiene cercanía con los representantes del consejo.

Eduaxis, como especialista en comunicación para el desarrollo. Pero al principio estuvimos Diego y yo. Yo les organizaba en el tema de logística y movilizaciones.

Sobre materiales, tenemos varias cosas, pero lo que elaboraron ellos se lo quedaron ellos. Podría compartirtte fotos.

¿Qué significa para ti el desarrollo?

Creo que es una parte de lo que tanto se hablaba del Buen Vivir. Que sea una parte equitativa para todos que no solamente el desarrollo o crecimiento llegue a cierto sector sino a todos, incluida la parte rural que es con la que trabajamos. Llegamos a la ruralidad,

varios equipos salieron a El Oro, Chimborazo, te podría ver porque sí llegamos. La idea era no solo llegar a la capital sino a más lugares. Pero no alcanzamos a los que nos hubiera gustado alcanzar.

¿Cuáles fueron los puntos positivos y los negativos que encontraron?

Lo positivo fue que como era una idea del ministro nos dio todo el apoyo. Negativo que no teníamos mucho conocimiento en el tema. Nos tocó investigar y averiguar, ir al foro y estudiar bastante el tema porque no éramos especialistas en eso. Cuando llegó Eduaxis nos empezó a orientar. Lo positivo fue que a los comunicadores de las provincias, por ser algo nuevo, también les gustó bastante porque era otra cosa distinta a la que estábamos acostumbrados a hacer. En esto el liderazgo de Diego fue un puntal fuerte, porque sabía cómo liderar. Pero los directores provinciales tenían otro sentido de lo que es la comunicación que es solo ellos y sus acciones son importantes. Entonces fue un problema, le llamaba a Diego y les decía no puedo ir por esto. Ahí él tuvo la idea de capacitar a directores y coordinadores zonales en el tema. Hicimos un evento unas charlas en mayo, justo antes del cambio de gobierno, invitamos a los directores y coordinadores zonales e invitados del extranjero. Pero ya se cambió de ministro y...

¿Definieron algún parámetro para la selección de las personas?

Primero fue la gente del consejo. Después cuando capacitamos a nuestros comunicadores les pedimos, como ellos les conocen más a la gente con la que salen, porque ellos salen al campo y les pedimos que escojan asociaciones específicas que podrían empezar a trabajar en este tema y así fue cómo empezamos en varias provincias, porque no alcanzamos a todas. Es decir, fueron los comunicadores de las provincias quienes escogieron a las personas.

¿Sigue en pie la estrategia?

No. Me da mucha pena, pero no.

¿Cómo describes la visión actual de la Comunicación en el Ministerio?

Lastimosamente ahorita estamos siendo reactivos, antes teníamos tiempo de trabajar en estrategias. Siempre tratando de apoyar la gestión del ministro.

Hoy nos llamaron al auditorio e informó que lo ratificaron en su puesto. Como persona me parece maravilloso, educado, humano. Vas a una reunión y nosotros como Comunicación siempre estamos en una esquina esperando. Él sabe cómo me llamo, el problema es la gente alrededor.

¿Qué piensas tú del Buen Vivir, lo viste reflejado en la estrategia?

Sí porque lo que queríamos era que la información llegue. Que no solo llegue a ciertos grupos sino a todos. Hay gente que no sabe, por ejemplo, que el Ministerio da asesorías técnicas en café o inseminación artificial de las vacas y al desconocer la gente va y paga a otras personas por estos servicios que presta el Ministerio. Entonces la idea era que la información llegue a todos los segmentos, incluidos los que no tienen acceso para que lleguen a desarrollarse de mejor manera y tengan un poquito de difusión. Ahí vi reflejado el Buen Vivir en nuestra estrategia.

Esta pregunta me sugirió Eduaxis que se la plantee a Diego:

¿Por qué casi al final de la gestión del anterior gobierno recién se pensó en implementar la Comunicación para el desarrollo en el Ministerio?

No, como te digo no es al final. Nosotros empezamos a trabajar desde noviembre de 2016, pero no tenía un nombre no sabíamos cómo llamarle. Pero empezamos nosotros a trabajar con ellos directamente. Al final sí, como vimos que los directores y coordinadores no les apoyaban mucho a los comunicadores sí vimos la necesidad de capacitarles a ellos y que alguien más les explique por qué era tan importante la comunicación participativa. Cuando viajábamos a las provincias, Diego se reunía con los directores y les explicaba pero no todos le dieron la importancia del caso, por eso Diego pensó que sería importante traer gente de afuera especialista en Comunicación para el Desarrollo, pero esto ya fue al final. Pero nosotros empezamos a trabajar esto desde el año anterior.

Diego estuvo cinco años en la dirección. Pero apenas un año antes fue cuando el ministro pidió esta implementación.

¿Pero cómo surgió esta idea en el ministro?

No lo sé, solo Diego un día vino y nos comentó sobre esta disposición.

¿Trabajaron en alguna otra estrategia sobre comunicación para el desarrollo?

No, realmente esta ha sido la única.

¿Qué te ha parecido en lo personal esta experiencia?

Súper enriquecedora, porque estábamos acostumbrados a hacer una comunicación desde el escritorio. Salir a ver la realidad de la gente es shockeante pero bello, porque ves otra realidad cómo la gente es tan cariñosa y vas a darle capacitación o lo que sea, ellos son súper agradecidos. Salí súper feliz de eso y me da pena que ya no se continúe.

¿Has escuchado o conoces de otras instituciones que trabajan la Comunicación para el desarrollo?

En realidad no. Quizá el Ministerio de Salud por su naturaleza y trabajo con las personas. Pero no tengo idea.

Cuando fue el foro, Diego convocó a todos los comunicadores para que vengan a trabajar y conocer sobre el tema. Pero no todos los coordinadores les autorizaron.

¿Qué tomaron ustedes del Foro, cómo aportó para el desarrollo de la estrategia?

El compromiso fue mayor y los comunicadores empezaron a comprometerse y vincularse más con el tema de la estrategia. Fue una conclusión del Foro, no tanto para nosotros.

Anexo 3

Entrevista a Eduaxis Alvarado

Comunicadora social con especialización en Desarrollo Comunal y proyectos sociales de comunicación para el Desarrollo, responsabilidad social empresarial y gestión socio cultural. En 2016, se integró a la Dirección de Comunicación Social del MAGAP como especialista en comunicación para el desarrollo.

¿Cómo te vinculas con la comunicación para el desarrollo?

El comunicador social está formado para difundir y en eso no ve más allá de la persona, de quien recolecta la información. Muchos comunicadores optan por tomar una actitud de deshumanización en donde solo cumplen con su trabajo y no se ponen en los pies del entrevistado.

Tengo 42 años, soy venezolana, desde pequeña me gustaba mucho la escritura y la lectura. En comunicación para el desarrollo y en lo que hagamos tenemos que pensar que todo tiene una raíz. En mi historia personal recuerdo a mi padre viendo el periódico después de almorzar, era como un ritual y yo lo imitaba. A los 17 años ya sabía que quería estudiar comunicación. Entonces investigué y supe que un comunicador no es solo capaz de redactar noticias, sino que es investigador y puede hacer muchas cosas.

En la universidad aprendí y conocí sobre comunicación comunitaria, alternativa y la asociatividad y todo lo que involucra la participación ciudadana. Nos enseñaron a trabajar con las comunidades, a entender sus problemas, levantar diagnósticos, hacer planificación participativa, mientras veíamos redacción periodística. En la malla curricular llegamos a ver incluso la materia de folclor que es el saber del pueblo. Hice una maestría en gerencia social, lo que complementó mi formación para trabajar la comunicación para el desarrollo.

Entonces pude ver con un enfoque sociológico lo que pasaba a mí alrededor, no con un enfoque frío, mediático e inmediateista, un comunicador para el desarrollo debe mirar las cosas a largo plazo, no inmediateista para cumplir una tarea al día, sino que si yo miro a largo plazo pienso en la persona que está buscando un cambio de una actitud, donde la difusión puede funcionar pero está dentro del motor de ese gran proceso que es un cambio de actitud para el bien común, para el bienestar colectivo, comunitario, donde el comunicador colabora en ese proceso.

Un comunicador para el desarrollo debe mirar más allá de lo inmediatista, es largo el tema porque es estructural, tiene que llevar más de 12 años de ejecución, un programa estructural, social.

Cuando se piensa en desarrollo es inevitable analizarlo desde lo económico, pero esto va acompañado de capacidades humanas y sociales, quiere decir que mientras enseñó a un productor a asociarse, comercializar un producto, saber cómo diferenciar una ganancia, comercializar, también lo estamos capacitando en valorar la familia, en que no trabaje solo, el respeto.

En estos casos, los proyectos son integrales porque no se preocupa solo porque ganen plata, sino es entender qué pasa con esos señores en sus condiciones de familia, de comunidad porque si buscamos la calidad de vida, no lo económico, la calidad de vida en habitabilidad, el hecho de que ellos se organicen para construir, por ejemplo, una cancha deportiva para sus hijos, eso es calidad de vida. Cambian las condiciones y con eso se sienten mejores compañeros, mejores vecinos, ven todo mejor. El enfoque de la comunicación comunitaria y participativa es el de la familia rural.

Una vez que me has comentado cómo fue tu vinculación con la comunicación y con el desarrollo, quería preguntarte, ¿cuál es tu función actual en el MAGAP?

Mira realmente llegar a Ecuador, salí de Venezuela en el año 2016 anterior en el 2015 finales de 2015 vine hacer una ponencia, comunicación desarrollo, detrás de una taza de café, la presenté en la Universidad Andina Simón Bolívar y en la Universidad Central en un congreso de sociología, fíjate que siendo un congreso de sociología me invitan como comunicadora para el desarrollo a hablar de esto a futuros sociólogos.

Me gustó Ecuador y en esa época hago el primer contacto con el viceministro de MAGAP, yo le hablo un poco de mí y en me dice que le gustaría que yo dé una charla al personal, sobre sensibilización sobre comunicación para el desarrollo, donde estuvieron invitados diferentes empleados de todas las áreas del ministerio, entre ellos habían comunicadores que les llamó la atención, eso es a finales de 2015.

Ya en febrero de 2016 que yo regreso, una de las chicas que asistieron al curso quedó con la inquietud, le gustó tanto que incluso me llamó la atención que esta persona no era comunicadora social, le dice al director de comunicación, Diego Merizalde, que le gustó mucho el tema y le dice porque no hacemos algo parecido.

Hice contacto con ellos a partir de febrero, marzo, abril pero no había en el momento mucha apertura, no había una partida como para decir ven a trabajar pero sí sé que Diego Merizalde con su forma proactiva de ser y su visión de amplitud que tiene, entendió que

esto era necesario. Él se da cuenta de esto a partir de que investiga sobre la comunicación desarrollo de la FAO, el organismo multilateral.

Hice contacto con él en mediados de agosto de 2016 veo que él venía haciendo curso al Consejo Sectorial Ciudadano del MAGAP, me dice que está dando esto a líderes internos como una pequeña organización. Son en total 24 consejeros provinciales, uno por provincia.

Diego venía capacitando a estas personas, les dio temas de media training, cómo manejar medios, cómo hablar en público, cómo entender los medios como manejarlos, algunos temas de redes sociales, a esa altura yo no estaba presente, estaba fuera del ministerio. Entonces nació el interés por hacer esto, no tenían mucha experiencia pero ellos comenzaron a leer temas de la FAO y todo lo demás.

Quiero poner énfasis que Diego Merizalde en el año 2016-2016 tuvo esta iniciativa, no quiere decir con esto que fue la primera vez que se hace esto en el Ministerio de Agricultura y Ganadería, aunque yo soy nueva en la ciudad, nueva en el país de lo que he podido investigar, se han hecho muchos experimentos de comunicación para el desarrollo.

Hubo un programa de capacitación en comunicadores rurales donde los dotaron de grabadoras, de radios se han dotado de cabinas comunitarias para que se haga radio local, radio comunitaria también, pero cabe recalcar que los proyectos propios que tienen vida propia y presupuesto y operan desde el ministerio lo hacen porque cuando tú te relacionas con un productor cuando tú vas a transferir conocimiento, mal llamado transferir conocimiento, das esa técnica, compartes conocimiento, tú estás haciendo comunicación también.

Se han dado cuenta que hay que mejorar la forma de enseñar, de compartir, sensibilizar a productores, entonces se han creado algunas estrategias como el proyecto que es estar más cerca de las comunidades. Tengo entendido que el proyecto de innovación tecnológica hay una comunicadora que está impulsando este tema de comunicación para el desarrollo con algunas radio novelas, novelas educativas, fortalecimiento organizativo.

Sin embargo, aunque cada proyecto tiene algunas estrategias propias de comunicación pequeña, pero al fin y al cabo, comunicación que puede valer, por ejemplo si vas a la provincia de Cotopaxi a preguntar al técnico como se comunica con el productor, qué le dices qué dictas, qué relación hay.

Yo te hablo, por ejemplo del ministerio en el que trabajo que es el de Producción, lo ideal sería que en las capacitaciones la persona no solo escuche a un técnico que son

los que les transmiten la información, sino que pueda también emitir una retroalimentación desde su perspectiva y necesidades, pero no pasa de eso.

Es lo que estábamos hablando ahorita, si tú le preguntas a un técnico sobre eso, él te va a responder temas puntuales, dirá tenemos una plaga esta es la forma en la que pueden terminar con eso o dirán, el limón está caro porque hay una plaga que está queriendo eliminar el ministerio, entre otros factores con Perú y todo lo demás, entonces el técnico resuelve el problema puntual inmediatista y no con la visión de desarrollo.

Si yo fuera uno de ellos o fuera el ministerio en el territorio, diría cuál es mi punto y círculo, donde estoy yo y que hago alrededor, cuántas personas están asociadas, cómo está enfocado el desarrollo agrícola acá.

Cuatro productores de cebada hay acá, por ejemplo, los que producen cebada en Chimborazo, Oque es una muy buena cebada y es comprada por la cervecera, pero cuando vas a donde ellos viven, deteriorado sus espacios las calles, deteriorado su centro de salud, un mal uso de los recursos naturales, dañan las aguas, los ríos. Entonces como visión completa no es solamente pensar en que la plaga del árbol se erradique, porque hay algo más allá de eso.

Crear consciencia, o sea solamente no entrar a actuar para un problema inmediato, para resolver, sino intervenir y fomentar esa consciencia.

Hay que crear mucho una cultura de prevención. En este tipo de comunicación agrícola, comunicación para el desarrollo rural, hay que crear mucha cultura de prevención, consciencia, cuidado, solidaridad. Hay que aprender mucho de ellos, tienen mucho que enseñarnos a nosotros la gente de campo, los agricultores, los productores esta cultura del agro tiene mucho que enseñarnos a nosotros.

Con respecto a los programas del MAGAP, Qué pasó con Diego, tú vas a encontrar en todas partes que hay varias estrategias de cómo comunicarse con la gente, a veces no es pensado que esto es una estrategia de comunicación sino que los técnicos se ponen de acuerdo, hablan con los encargados de las capacitaciones y dicen bueno, cuántos cursos vas a dictar, qué vas a hacer, bueno yo propongo que los ganaderos en ensilen pasto para las vacas en época de sequía, pero no está pensado en un enfoque hacia resultados para cambiar actitud, para crear cultura de prevención para usar herramientas de animación, para que la gente integrada socialmente sino que como lo estamos hablando, tú te vas a conseguir con elementos de comunicación naturales, como la palabra, la oralidad, el encuentro, el saludo, el llegar y socializar con los agricultores, eso es natural, pero cuando tú lo natural lo conviertes en estrategia puedes conseguir mayores resultados qué es lo que

falta en los proyectos de cualquier país y yo no hablo sólo de Ecuador ni solamente de MAGAP.

Traigo esta acotación porque cuando Diego Merizalde me llama, conversábamos los dos, pensábamos como un eje transversal, de cada proyecto que hace MAGAP trabaje de manera independiente. Esta dirección de comunicación social que hace difusión y difunde todas las acciones del ministerio a través de todo el país, estableciera a través de una orden del ministro de la época Javier Ponce, una orden que tenga una línea transversal, que esta área nueva que Diego Merizalde quiso crear en comunicación participativa y para el desarrollo para que todos los proyectos siguieran una misma línea, para poder decir aquí estamos te venimos asesorar en cómo tratar a los productores, en cómo capacitar a un agricultor, en mejorar los lenguajes técnicos, a socializarlos mejor.

Eso era para tanto promocionarse, como para lograr cambios porque en el caso de comunicación para el desarrollo cumple esto, y educó, informo, entretengo pero también cambio y te capacito y trato de generar un cambio social por eso es que ha crecido el concepto de comunicación alternativa, de comunicación para el cambio, de comunicación para el desarrollo social como una comunicación destinada al cambio social, según Luis Beltrán.

Donde es más amplia, está el desarrollo rural, pero también lo que pasa en la zona rural incide en todo lo urbano, es cambio social. Entonces cuando Diego me incorpora y me dice vamos a trabajar, voy a tener una pequeña vacante pero con una partida mínima, me preguntó si acepto para que le ayude a hacer este proyecto y ver que logramos hacer.

Lamentablemente me pidió esto cuando ya faltaba poco para que el ministro anterior se fuera y él también se fuera. Esto fue en octubre del 2016. Entonces se hizo con muy buenas bases, muy buenas expectativas, un buen proyecto con objetivos, indicadores, alcances y metodología a implementar, pero al poco tiempo, yo logré entrar en diciembre fue cuando se empezaron a ejecutar los primeros intentos de sensibilización para llevar a territorio, se necesitaba mucho tiempo porque el primer paso era sensibilizar y capacitar al comunicador tradicional, por eso comenzamos por los 24 comunicadores de territorio del MAGAP en todas las provincias. Pero el proyecto era largo.

¿Este proyecto fue iniciativa de la dirección o jugó alguna imposición desde arriba?

Fue una iniciativa de la dirección.

¿Quiénes intervinieron en la planificación, en la estructuración de la estrategia?

Bueno, Diego Merizalde como director de comunicación, mi persona, estuvo asesorando cercano el señor Hugo Dután, que es un ingeniero director del proyecto buen vivir, que financia FIDA, por cierto.

Se presentó el proyecto al ministro y él lo aceptó. Existe la estrategia como tal el proyecto, se le presentó al ministro como estrategia 2017.

Que pasa que los cambios políticos y esto debemos tener muy claro, no con el enfoque político, sino con el enfoque de gobierno y la diferencia de Estado, porque el gobierno cambia pero el Estado se mantiene. El cambio de gobierno siempre de un país, afecta a las políticas públicas y programas sociales.

Fueron muy cortas las cosas que se hicieron, muy concretas, las hemos continuado incluso hasta el mes de mayo se trató de mantener algo y son muy pocos los resultados que se tienen. El proyecto yo lo considero un proyecto en bruto, está rescatables, está todavía en un proceso de maduración porque no se ha ejecutado como tiene que ser.

Ese proyecto tenía indicadores e incluso metas es más se planificó crear a través de la sensibilización de las autoridades para que nos permitieran tomar decisiones, es decir, sensibilizamos al viceministro, a los directores de proyectos, desde Quito para que sigan a las direcciones, es decir, los directores provinciales ejecuten esto, ahora es una orden y que los comunicadores lo hagan.

Yo siento que nos quedamos cortos en capacitar al técnico, ellos pueden ser muy bien capacitados para hacer todas estas herramientas de comunicación sin tener que depender de un comunicador. Pero la visión tradicional que hay es que un técnico agrícola depende de un comunicador a que haga comunicación. Está bien, el comunicador puede hacer la promoción del curso, del evento y promocionarlo en los medios, pero el técnico puede ser la promoción de manera interna.

Es decir, ¿proporcionarle al técnico las herramientas comunicacionales para que ejecute el trabajo de manera interna?

Esto quiere decir, que si va a tener una campaña de vacunación para la fiebre aftosa, por ejemplo, sea capaz de ejecutar una campaña de comunicación interna, pero porque lo capacitamos, lo educamos y lo practicó.

Ahí viene un aspecto de la humanización que hablábamos al principio, es un técnico agrícola que es muy científico, es muy cuadrado y va por una función específica, no ve el aspecto humano o no es capaz de identificar cómo se mueve la comunicación que envuelve a ese productor al que él quiere llegar.

Tiene que ser un técnico agrícola e identificar cómo es la comunicación de este productor que tiene las vacas y debe inyectar contra la fiebre si no se le va a morir, entonces saber en donde se desenvuelve el ganadero, por dónde va a pasar, por donde camina, dónde va a leer el mensaje. Entonces los comunicadores para el desarrollo debemos enseñar, apoyar al técnico a identificar en donde se desenvuelve el ganadero, donde habla, donde se reúne, con quién habla. Todos son espacios de información comunitaria.

Esto es algo que me ha costado que la gente en el ministerio entienda porque quizá no ha habido esa promoción. Desde esa sensibilización es que tenemos que sensibilizar más a las autoridades, se hizo un ensayo para que se pueda decir a los técnicos.

Ahora entiendo lo que me decía Diego, porque yo sí le presioné a él sobre porque sensibilizar a las autoridades, te comento esto como un paréntesis, porque hay un documento de la UNESCO que lo revisé durante el posgrado y hablaba sobre cómo hacer una estrategia de comunicación para el desarrollo y uno de los puntos que a mí me llamó la atención y por eso se lo pregunté a Diego era que en este documento sugerían no tomar en cuenta a los mandos altos sino ir desde los núcleos más pequeños, en terreno Y desde ahí empezar la sensibilización.

Entonces, ¿cómo así sensibilizar a las autoridades, por qué sensibilizar al viceministro, si no le va a interesar tanto este tema o quizá no tenga el conocimiento necesario?

Te voy a explicar por qué, y creo que lo mismo que vi en el MAGAP se repite en otros lados como mi país, el técnico obedece órdenes de las autoridades y rinde planificación semanal o mensual y este lo que yo hablo, yo hago, yo tengo. Por lo general a un técnico agrícola se le carga de tareas, entonces, él tiene que hacer lo que hacen 20 personas en un campo pequeño, entonces les pones otra tarea y los comunicadores me decían, un técnico no va a querer hacer cosas de comunicación, va a decir que están sobrecargado de trabajo.

Resulta que primero se debe sensibilizar a las autoridades para que entienda que tienen que darle capacitación al técnico porque el técnico siempre va a decir que su jefe no le va a dejar hacer esto, no va a entender la importancia de hacer esto.

Entonces, sensibilizar a las autoridades es para que permitan y entiendan que en el territorio hay que humanizar con estas técnicas y hacer lo contrario no lo descarto pero deberíamos tener igual la voluntad política de unas autoridades que dejen y le den viabilidad a la estrategia de comunicación comunitaria.

Somos la cuarta rueda de un proyecto de desarrollo y no le ven la importancia y cuando le dan la importancia a algo de desarrollo, comunicación siempre es lo último, entonces aquí

no estamos hablando de difundir sino estamos hablando de que yo apoye el proceso de desarrollo en el lenguaje, en animación sociocultural, en estrategia, en que sí todos estamos informados que viene la campaña de fiebre aftosa, todos vamos a ayudar desde los niños con campañas de murales por ejemplo pintadas por ellos en donde entiendan lo importante que es que sus padres vayan a vacunar a sus animales.

Entonces primero se pensó en sensibilizar y luego en formar, en el tercer eje hablamos de informar, de capacitar al técnico para que sepa darme información y después venimos a capacitar a las comunidades. La idea es crear una red de comunicación en las siete zonas que abarca el MAGAP que involucra a las provincias más cercanas, entonces esa red de comunicación es circular por qué la comunicación para el desarrollo participativa es horizontal no vertical.

Me imagino que la gente con todas las capacidades haga un proceso que se pueda visibilizar dependiendo donde más se desarrolla un aspecto que otro. Te pongo el caso, hay provincias en donde la gente es más auditiva y escuchan en radio, hay provincias en donde la gente va a utilizar más periódico y queda muy bien los periódicos murales, periódicos escritos, parlantes, muralismo, grafismo, otra gente hacer más teatro.

Entonces ya en estas siete redes pequeñas de comunicación a nivel nacional teníamos de todo un poco, con su propia cultura y capacidades. Esto cambia dependiendo, hay unas zonas más urbanas y otras más rurales y apartadas que no tienen nada, hay gente que no usa internet, hago una reflexión que aunque el mundo esté muy avanzado sepamos combinar una y otra cosa, yo no voy a dejar de utilizar sistemas tradicionales, canales tradicionales con innovación tecnológica y debemos saber usar las dos cosas, porque el usuario que no me lee las TIC, es decir Facebook, Twitter, Whatsapp, porque no tiene exceso, porque no puede comprar un teléfono inteligente, porque es analfabeta, porque no le gusta, porque es flojo, yo le tengo que atender con medios tradicionales, un panfleto, una cartelera, un periódico mural, una campaña de comunicación, unos títeres, un teatro andante. No puedo dejar todo por la tecnología porque es demasiado la importancia que le damos al uso de las redes sociales y abandonamos las formas usuales.

Te vuelvo a repetir es un proyecto en bruto todavía, si vas a analizar el proyecto ahí está. Lo último que yo logré hacer está diseñado y para ver qué se puede hacer es que se creó como oferta electoral y ahora es una política pública que es la Gran Minga Agropecuaria. Es la nueva estrategia del gobierno a través del ministerio de Agricultura y Ganadería, a propósito de esta separación que hubo ya no tenemos pesca sino se creó otro ministerio.

La Gran Minga Agropecuaria que busca incluir todos los programas que hace el MAGAP, pero de manera más concertada, qué donde haya tierra legalizarla, dar crédito, hacer

seguimiento y no de manera aislada. Entonces yo diseñé unos pequeños escritos de cómo hacer comunicación participativa en el marco de la Gran Minga, cómo impulsar esto a través de la comunicación.

La idea es darle voz y voto a los productores para que sean ellos mismo quienes difundan la Gran Minga Agropecuaria, porque ellos son nuestros aliados como institución pública y el ministerio debe aprovechar más esto porque con quién más se puede aliar que con los mismos productores para que difundan las estrategias de la Gran Minga.

Desde tu trabajo, ¿cómo describirías la visión de comunicación que está en el MAP?

La comunicación en general es tradicional, persigue la difusión netamente de las acciones, velar por la imagen institucional, velar porque se posicionen las redes con esta nueva ministra, velar por la página web, por apoyar en algunos procesos internos, en algunas campañas para talento humano, la gente de laboral como las campañas internas que pidan, creación de boletines de prensa, monitoreo qué es lo que se hace tradicionalmente, por eso yo aplaudo que el antiguo director de comunicación haya tenido esa iniciativa y el ministro anterior haya dado apertura en poquitos meses que se logró montar el proyecto, pero la comunicación en el ministerio sigue siendo tradicional y si hace falta que se vea como una línea transversal para asesorar de cerca.

No se puede dejar la comunicación para el desarrollo en manos de alguien que no conoce este caso, se necesitan resultados.

¿Cómo viste tú la inserción de este modelo de desarrollo porque ya existe y sigue existiendo ese modelo tradicional, cómo se vivió, cómo fue esa inserción de ese modelo de desarrollo?

Dentro de este tipo de comunicación no se logró del todo, lo que me pareció muy positivo es que aunque yo era la que coordinaba esa área, las compañeros que hacían, o que hacen la comunicación tradicional, fueron ganadas y motivados dos de ellas por que estudiaron comunicación para el desarrollo, en total fueron cuatro a las que se sensibilizó y capacitó. Fueron capaces de distribuir su tiempo entre hacer sus funciones tradicionales y se iba dos días o tres días a dar cursos en las comunidades.

Los diseñadores gráficos también les cuesta, nos decían como hago un diseño para la comunidad. Se generó una gran expectativa en todo el equipo, diseñadores gráficos, redes, periodista, dieron un gran aporte pero todo se quedó en veremos. No te puedo negar que hubo una pequeña resistencia de algunos compañeros del área de comunicación. Lo veían como importante pero más importante era el boletín, del 100% que ejecutan, el 5% es para

comunicación participativa y el 95 es para todo lo demás, entonces si hay un evento abandono los cursos pero primero es el evento, el protocolo y todo lo demás.

La otra resistencia también son las autoridades, los asesores, el proyecto, pero yo sé que si hay voluntad para hacerlo porque conversando con algunos, les parece interesante, les parece motivante, que se puede hacer.

Desde tu experiencia en tu país y venir acá y empezar con la estrategia de Diego, antes de aplicarla, al momento de pensarla, ¿Qué tipo de visión de desarrollo, de concepto de desarrollo crees que se tomó en cuenta para hacer esto?

Junto con Diego lo pensamos, lo planificamos, yo fui la que diseñé prácticamente, yo lo vi desde el enfoque del desarrollo para el cambio social en territorio, para movilización de las acciones y de los activos de las comunidades, con el enfoque de mejorar el proceso de agro negocios también, que ellos aprendan a promover sus marcas, sus productos para mejorar la economía pero sin dejar de pensar en la inclusión de todos los actores de una comunidad desde los más pequeños hasta la tercera edad.

Había un festival de música rural, pensábamos hacer al final de todo esto para vincular a todas las redes de comunicación incluyendo jóvenes comunicadores para que sean los comunicadores rurales para que motiven y para tomar conciencia de que se quede en su campo y no se vaya a la ciudad, quizá por eso de que puede hacer de todo un poco, pueden manejar redes, computación. Pero de principio pensamos en tomar el elemento sociocultural invitando a la gente a valorar ese talento con cuenta cuentos o un narrador, pero que se conviertan en canciones en un festival cultural de la música rural.

Para que se ejecute este plan ministerial se necesitaba la voluntad política. Quiero poner énfasis que no había presupuesto, para ejecutar esta estrategia se estaba diseñando con los propios recursos para la ejecución, con lo que teníamos a la mano, con los viáticos de nosotros para viajar, para movernos, con los comunicadores en territorio, convocando, pero dinero no se aprobó para esto. Diego si tenía la intención de buscar recursos con FAO, organismos internacionales que nos puedan apoyar, pero no lo consiguió. El pidió una partida a la parte presupuestaria pero no se le aprobó, sólo se le aprobó un gran evento que tuvimos la posibilidad de hacer con dos ponentes sobre comunicación participativa.

¿Por qué crees que no se asignan los recursos para este tipo de cosas?

Porque no se le da la debida importancia a un elemento tan necesario e importante, porque yo siento que no se ve el enfoque en la mayoría de los ministerios, el de desarrollo. Agricultura en Ecuador, en Venezuela, en muchos países, no mira realmente el enfoque de desarrollo, es un enfoque de solucionar problemas sin visión de desarrollo.

El desarrollo es parte de este buen vivir que se implementó acá en la Constitución de 2008, ha sido la principal arista que rige en los principales proyectos. Sobre todo está muy enfocado en la parte de la agricultura, entonces mi principal inquietud es saber o llegar a determinar si este concepto del buen vivir ha sido considerado también en parte de este trabajo.

Bueno, se colocó en antecedentes y en la estrategia del gobierno en donde se hablaba del plan del buen vivir, no se definió una estrategia específicamente que vaya enfocado a eso. Pero todo el enfoque fue el desarrollo, generar capacidades para ejecutar la comunicación, para el desarrollo va enfocado al buen vivir, el tema de la asociatividad, la comercialización de productos, solidaridad y compañerismo, autogestión en su propio desarrollo en que tengan la capacidad de gestionar.

Yo quiero dejar claro que la comunicación para el desarrollo, la comunicación participativa no es para hippies ni es algo traído por los cabellos, es un enfoque que ha tomado fuerza porque si tú estás comunicado a nivel interno, en tu propia comunidad, la comunicación participativa te permite tomar decisiones de manera consensuada y participativa, de manera colectiva donde todos y todas puedan participar, permite unificar criterios.

En un proyecto de desarrollo para una comunidad es apropiarse de su propia idiosincrasia, reconocerse de dónde viene, para dónde voy y si tú no pierdes tus valores, tu idiosincrasia, tu identidad y auto valoras tu identidad entonces se van a dejar de ir a la ciudad porque va a querer más a su poblado, a su cantón y va a decir valoro el trabajo agrícola tengo trabajo puedo hacer productos, puedo hacer crecer esta tierra para que me voy a ir.

La comunicación participativa es frontal con mensajes que disminuyen el rumor y el chisme es algo que yo quiero que se valore mucho en los procesos que yo llevo. El chisme se genera por algo que yo desconozco, entonces si la comunidad se apropia de su información, de su comunicación y habla con veracidad porque el comunicador debe explicarle que es la veracidad, se consigue la información oportuna pero a la luz de la comunicación comunitaria y así va a disminuir un rumor y un chisme en una comunidad, le va a dar veracidad a los procesos de comunicación y la toma de decisiones y ponerse de acuerdo.

En una parte de la estrategia, ¿qué aspectos se tomaron en cuenta, no solamente desde el aspecto institucional, de contar con los permisos, la aprobación, el presupuesto, pongamos a esos a un lado porque esos son las vías que te van a dar la luz verde, pero yo hablo en el sujeto en sí, en la estructura del plan, en esta sensibilización se tomó en cuenta la idiosincrasia de la gente, sus valores, su cultura, las cosas propias de cada área o se iba a aplicar en masa a nivel nacional?

Se iba a aplicar en masa a nivel nacional porque uno de los aspectos donde Diego y yo tuvimos divergencia es que él utilizaba mucho la palabra diagnóstico y yo tenía que trabajar con un diagnóstico de cada zona y a partir de eso conocer la idiosincrasia, la cultura, los valores y los modos propios de cada espacio de las provincias y cantonales, se iban a aplicar diferentes estrategias.

Yo hablaba un poco del ensayo y error y viendo e ir aplicando, no esperar tanto tiempo, largo plazo en aplicar estas estrategias, en programar e ir rescatando líderes y qué estrategia se utiliza para cada caso. Entonces la estrategia se hizo al ojo pero con conocimiento base que era que nunca se había hecho eso en el MAGAP.

Son tres eslabones, el comunicador, el técnico y la comunidad. Comunicador profesional, técnico de campo y comunidad, entonces se llama proyecto de comunicador urbano que se montó hace años, llegó hasta aquí. Nosotros como comunicadores nos interesa que esta asociación productiva agrícola, con el apoyo del técnico de campo tome decisiones, mejore su comunicación interna.

Mucha gente le puede tener miedo a la comunicación participativa porque puede ser un boomerang, tanto darles capacidades a ellos se le puede devolver a la institución X que está aplicando esto en una forma de contraloría social porque son tan capacitados en generar información para que se revierta y le diga al ministerio que está haciendo las cosas mal, yo ya no soy un agente pasivo sino un agente activo que soy capaz de ver lo malo y denunciar.

Entonces la comunicación participativa también sirve como un espacio de contraloría social porque le va a exigir a la institución ser éticamente cumplidora de todo lo que se pactó, velar por el cumplimiento de las metas de manera ética para que se genere el proyecto de desarrollo que queremos, pero también lo que tenemos que hacer nosotros como comunicadores es enseñar a la gente en meterse en la denuncia. La comunicación para el desarrollo debe enseñarles a los sujetos que vayan más allá de la denuncia que no se queden en la queja, sino que alcancen la proposición, la organización y solución desde ellos mismos y no esperar que el papá estado les de todo.

Yo genero capacidades para que continúe el desarrollo, yo pongo la comunicación participativa en varios aspectos, no solamente la herramienta que te informa, sino que esa información colabore en la toma de decisiones de la comunidad para una mejora. Los indicadores tienen una forma de medirse lo inmediata y lo largo plazo, en un cambio de actitud.

¿Esa estrategia era a mediano o largo plazo?

Esta estrategia era largo plazo, no se podía ver de manera inmediata. El uso de herramientas de una comunidad es un fin claro, difundir la nota, pero es ahí donde se ve si fue o no gente. Yo mido asistencia, pero se ve el cambio en calidad de vida cuando al año siguiente se disminuyó los riesgos porque se acogió lo que se quería transmitir. Debe haber voluntad política y más difusión de parte de nosotros en dar a entender este enfoque en todos los espacios.

La ejecución del proyecto está paralizada desde el mes de mayo de 2017.

El evento de la FAO le terminó de dar un espaldarazo a este proyecto, después de eso tomó más fuerza, este evento le dio el empuje definitivo a todo eso.

Anexo 4

Entrevista a Diana Pamela Rosero

Profesional en Relaciones Internacionales y asuntos exteriores, máster en Comunicación y Responsabilidad social corporativa. Actual coordinadora de Relaciones Institucionales y Comunicación de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en Quito.

¿Cuáles son las principales atribuciones de FAO y cuál es su papel en Ecuador?

La FAO es un organismo internacional que ha desarrollado experticia en ciertas áreas vinculadas al desarrollo agrícola, la seguridad alimentaria, al tema de atención ambiental para garantizar provisión de alimentos. En todo ese contexto general la FAO tiene especialistas que la mayoría están en la sede y otros distribuidos en las regionales, organizacionalmente la FAO tiene su sede, oficinas regionales en cada continente, subregionales depende de los temas que se tenga que cubrir y las oficinas nacionales que es en el caso de FAO Ecuador.

A nivel de la oficina nacional funcionamos con un delegado del director general que es el representante y dos áreas temáticas grandes, administración y programa de campo, bajo éste están todos los proyectos que nosotros desarrollamos y las líneas transversales como comunicación, género, cambio climático y cosas así.

Los expertos en el tema de comunicación para el desarrollo están en la sede. Si analizamos esto desde lo que es las oficinas de la FAO te vas a dar cuenta que no es un gran equipo en el tema de comunicación para el desarrollo, sin embargo, la FAO ha hecho un esfuerzo en dedicar el tema de comunicación para el desarrollo con el equipo de especialistas que tratan de responder a todas las demandas del mundo.

La FAO trató de capacitar a la gente que está vinculada a proyectos en campo como extensionistas o comunicadores para que entendamos cómo funciona la comunicación para el desarrollo. En el país tenemos ciertos encuentros virtuales, tuvimos un encuentro regional en el que nos reunimos los representantes de los países en Panamá y revisamos los avances de la FAO en términos de comunicación para el desarrollo.

Una de las fortalezas de la FAO es la generación de información, esa capacidad operativa que tiene de estar en más de 193 países ha permitido que toda la información que se está levantando en los países se logre sistematizar y se transforme en documentos, en informes

mundiales, en cursos de formación para la gente, esa es la oferta que devuelve a los países la FAO que invirtió para trabajar en comunicación para el desarrollo.

Cuando hubo el foro se reunieron varios actores, tanto regionales como nacionales, uno de ellos que participó con más énfasis fue el ministerio de Agricultura, en ese entonces el director de comunicación, Diego Merizalde, presentó la estrategia del ministerio y las herramientas que habían diseñado para estar más cerca al productor.

Desde mi punto de vista personal siento que todavía están alejadas las herramientas y eso es algo que tenemos que trabajar porque creo que hay un límite muy estrecho para diferenciar la comunicación institucional con la comunicación para el desarrollo. No es tan fácil lograr esa diferenciación.

A partir de ese taller y de la alianza que se formó entre FAO y Ciespal para recuperar el proyecto de onda rural. Nosotros como representación hemos estado más de cerca con temas de comunicación para el desarrollo, no obstante esto no es priorizado por todos los países. Nosotros trabajamos bajo un proceso de demanda de asistencia técnica del Gobierno.

En base a esto construimos un documento nacional de planeación estratégica que se renueva cada cuatro años, tiene un proceso participativo de seis meses por lo menos, en donde se convoca a instituciones nacionales, sociedad civil, academia, centros de investigación, sector privado y una metodología de líneas de acción se van definiendo prioridades. El país antes tenía cuatro prioridades que estaban vinculadas a seguridad alimentaria, a desarrollo rural, cambio climático y gestión de riesgos, ahora tenemos solo tres, que están agrupados con seguridad alimentaria, agricultura y desarrollo rural y la última es ambiente y gestión de riesgos.

Pero en cuanto a gestión de riesgos, FAO no es la agencia que el Gobierno identifica como prioritaria, hay otras agencias que lo trabajan. En todo el proceso de validación, te voy a ser sincera, nadie mencionó comunicación para el desarrollo y creo que es por falta de conocimiento y puede ser que asumen que es parte del proceso. Nosotros en los proyectos en campo si hacemos comunicación para el desarrollo a pesar que no habido una formación directa a los técnicos de campo, ellos hacen comunicación para el desarrollo. El diálogo, la forma en la que ellos llegan con sus proyectos a la gente, están en un proceso continuo de comunicación. Hay un proceso de comunicación directa con el productor.

En la oficina nacional hicimos un plan de trabajo que igual se contempló una capacitación nacional para todo el equipo que está en campo. El equipo nacional de técnicos en total, a nivel país, siempre estamos sumando gente dependiendo de los proyectos. El promedio de

la oficina es de 80 personas y en campo unos 45 técnicos, distribuidos en las provincias que estamos trabajando.

Cuando yo fui al taller llevé una propuesta pero por tema prioridades de otros temas o presupuestos no pudimos hacer. Creo que es uno de los limitantes principales, el tema presupuestario, la otra creo que falta información.

Diego Merizalde estaba tan entusiasmado del foro que asistimos que el vino acá y organizó un taller institucional de comunicación para el desarrollo pero no sé qué pasó después de eso. Me acuerdo que alguien capacitó en comunicación para el desarrollo.

Más allá de ello, sí no tienes una priorización por parte de las autoridades es difícil entonces la idea era hacerlo con autoridades.

Sí, porque él buscaba la sensibilización a todo nivel, no simplemente con los técnicos, sino el jerárquico superior, el ministro. Lo que él me explicó es que esa iniciativa surgió por parte del ministro porque él era comunicador, entonces el interés nació desde, él dio la disposición también Diego y de otra manera intentó armar su equipo y formularon la estrategia.

Entonces claro ahí había un interés y una inversión por parte del ministro en comunicación, realmente creo que ahora el tema de comunicación corporativa está cubierta porque hay como una competencia entre instituciones, no solo del sector público sino del sector privado, de todos, hasta personales que la gente ya empieza a involucrarse en el tema de comunicación porque ya las nuevas tecnologías nos obligan a estar al día, estar opinando. Entonces el tema de comunicación corporativa está cubierto pero en el tema de comunicación para el desarrollo todavía no se entiende bien el concepto.

En sí compartimos la percepción porque no se conoce. Yo estudié esta maestría porque me llamó la atención el tema de desarrollo social fue algo totalmente nuevo, continuando con la lectura de la revisión de más textos y más información uno no acaba de entender, ni aprender porque es muy cambiante, no es como la comunicación organizacional que es más estática y tiene limitaciones.

Entonces no salió el tema porque ellos tienen otras prioridades, porque les interesa por ejemplo, el tema de sistemas de precios, de alerta temprana, otros temas. Claro cuando tú cuando vas a ver los logros ahí está lo del plan de nutrición, estrategias para promoción de

sistemas agroalimentarios, sistema de monitoreo de datos, esos son los resultados que la gente espera de nosotros.

Pero no hay tema de comunicación explícitamente, sí se trabaja, o sea la comunicación para el desarrollo, incluso nuestro representante trabaja mucho en temas de extensión rural y ese puede ser un tema que tú puedes también puedes abordarlo.

Este tema de comunicación para el desarrollo está muy vinculado a la extensión rural, es lo que te digo que hacen los técnicos en campo, ellos son extensionistas y saben que tienen un trabajo de campo y tienen que vincularse a las comunidades, levantar información, brindarles asistencia técnica. Se llaman extensionistas porque llevan la comunicación al campo y la replican y también lo retroalimenta.

No soy experta pero creo que la comunicación para el desarrollo, nació como una especialidad de la extensión rural.

Tiene bastantes raíces en el extensionismo, pero como la palabra lo dice, el extensionista es una persona meramente técnica, trabaja en el campo y transmite su conocimiento técnico, pero en sí no puede ser considerado como un comunicador como tal, porque no tiene la preparación en cuanto a comunicación para el desarrollo.

Cuando hicimos el taller de FAO no esperábamos que vayan comunicadores, sino los técnicos porque a la final esta experiencia y tal vez en caso de FAO que tiene un componente técnico súper fuerte y son ellos los que van a compartir su conocimiento a la población rural, ellos querían darles a los técnicos herramientas de comunicación para que ellos puedan hacer mejor su trabajo de extensión rural, no esperaban que vayan comunicadores, no era el perfil que buscaban en el taller.

En el taller estaríamos 50% técnicos y 50% comunicadores y ahí se siente no se siente las diferentes visiones que tienes tú como comunicador cuando ya has hecho comunicación y cuando nunca has hecho comunicación y crees que todos puedan hacer comunicación y que todo lo que haces es comunicación. Hubo ese choque de visiones o sea el técnico cree que lo que está haciendo es comunicación y no necesariamente está utilizando la técnica adecuada.

Hay mucho trabajo que hacer, hay un reto de ir sensibilizando a tomadores de decisiones y creo que eso es clave primerito que comprendan, hacer notar cual es el beneficio de hacer comunicación para el desarrollo que haya gente capacitada en esto, qué gano yo como ministerio, como proyecto con que mi equipo esté sensibilizado con la comunicación para el desarrollo, es algo que nos faltaría como conectar, a dónde me lleva la comunicación

para el desarrollo porque a la final beneficios estamos teniendo, una respuesta positiva, están teniendo resultados.

Entonces qué me aporta, cuál es el valor agregado, es un análisis que nos falta trabajar. Los proyectos, por ahora, yo he sentido un interés más en ver sus resultados que en profundizar en lo que ellos están obteniendo en campo.

Entonces hasta ahora te digo en ningún proyecto de los que hemos manejado nadie me ha dicho que quiere preparar al técnico en comunicación para que tengan un mejor abordaje con la gente, puedan llevar mejor sus asambleas, sus talleres, lo que a ellos les interesa es que aparezcan en los medios de comunicación, en las noticias sin importar el proceso detrás. Eso es algo que está ahorita y yo como te digo hay una influencia tan fuerte del tema de comunicación y el uso de redes sociales principalmente, de comunicación digital que es tan rápida que de repente tú ya te viste las fotos en algún lugar, que todos quieren estar ahí, pero no hay un análisis profundo que realmente lleva a ese resultado.

Entonces, ¿qué te parece si empezamos así súper breve con las preguntas que no sea las que ya hemos abordado? ¿Cuál es tu profesión?

Yo estudié Relaciones Internacionales y tengo una maestría en Comunicación y Responsabilidad Social Corporativa.

¿Cuál es tu edad?

Tengo 30.

¿Tu cargo actual en FAO?

Soy coordinadora de comunicación y relaciones internacionales.

¿Cómo es la estructura de FAO?

Aquí tenemos una oficina nacional.

¿En cuántos países de la región están presentes?

En 34 países de la región, en todos los países de Latinoamérica y el Caribe, incluyendo México. En Estados Unidos es una oficina de enlace.

¿Qué tipos de técnicos trabajan en la sede?

En la sede son expertos. La inversión que la FAO realiza en tema de asistencia técnica es súper fuerte. Están los mejores de los mejores en la sede FAO incluso en las oficinas

nacionales. Hay todo un equipo en todos los países que levanta información valiosa todo el tiempo.

¿En la oficina nacional cuáles son sus programas priorizados?

Hay un documento de planeación estratégica que se llama el Marco de Planeación País que todas las oficinas de la FAO lo realizan bajo el acuerdo de cooperación marco que tiene con el país. Entonces, cuando el país decidió ser parte de la FAO se comprometieron a una sede de compromisos tanto de parte y parte para poder ejecutar esta asistencia técnica que tiene la FAO, entonces en un proceso de validación se hace un documento de planificación que define las prioridades.

Con el tema de las metas internacionales tenemos un paraguas que son los objetivos de desarrollo sostenible, eso es un compromiso de todos los países signatarios de las Naciones Unidas en lograr esas metas. Ese es el paraguas porque el país debe decir yo cumplí con mi indicador.

Si se priorizaron tres líneas que te comenté, ahí puedes revisar a profundidad el tema de los resultados, estamos concentrados en esas líneas de acción, bajo esas líneas hay diferentes proyectos. Actualmente FAO está desarrollando alrededor de 30 proyectos a nivel nacional, unos de asistencia técnica que se refieren más a estudios, a investigaciones y otros más de inversión en campo.

Los proyectos de campo tienen más inversión porque tienen más contacto con la gente, tienes un proceso más participativo de involucramiento del beneficiario, del productor, del ganadero, del pescador y que contribuyen en la construcción de un proyecto e incluso eso se valora.

Por ejemplo, para el proyecto les dicen, para el manejo adecuado de la leche usted tiene que utilizar todo el manejo de sus instrumentos y herramientas y todo debe ser de acero inoxidable. Pero el proyecto no te puede dar todo, te puede dar la capacitación, ciertas cosas, pero ya es compromiso si quieres mejorar tu productividad tienes que también poner tu inversión.

Los proyectos que estaban pensados en 5 millones terminan siendo 10 millones por esa contraparte que termina siendo del mismo beneficiario y eso viene siendo resultado de proceso participativo que ellos tienen de construcción de haberles escuchado y decir ellos necesitan esto en el proyecto y podemos aportar pero ustedes también tienen que aportar.

Entonces hay una lista de proyectos de la FAO a trabajar, en tema de ganadería, de manejo de bosques, de guías nutricionales, el tema de estudio de precios con el ministerio de Agricultura.

Hay un sinnúmero de proyectos alineados a esto y a conseguir resultados nacionales.

En general, ¿cuál es la relación, de qué manera se articulan con el ministerio de Agricultura?

En ministerio de Agricultura es nuestra contraparte natural directa por el tema, es una relación diaria del día a día, respondiendo a la planificación de que ellos tengan y de la priorización de temas que ellos presenten y la FAO responde a esas necesidades de asistencia técnica, también les facilita la participación en foros multilaterales en donde funcionarios del ministerio se capacitan permanentemente como intercambio de información para que estamos alineados a las prioridades mundiales con las necesidades nacionales, el trabajo es a diario

A través de la unidad de articulación internacional se logra articular todas las unidades técnicas, entonces acá igual la oficina funciona más o menos así, tenemos un oficial de programa de campo que ya es quien está organizando todo con la guía de representantes siempre, está estructurando todo y se van contratando equipos técnicos especializados.

Es intersectorial el trabajo que hacemos por el desarrollo social y económico de la población.

¿Cómo te vinculaste a la FAO?

Estudí Relaciones Internacionales y tuve la oportunidad de vincularme a la FAO para ser el asistente del representante en inicio, cuando estudias Relaciones internacionales tienes una perspectiva de lo que es la política internacional un poco, la función de las Naciones Unidas, un poco orientar a los países. Pero cuando entré a la FAO me di cuenta que la política pública se construye desde el campo también, desde el territorio.

Realmente FAO ha sido mi escuela para todo lo que ha estado siendo vincularme al desarrollo social, al desarrollo sostenible. Ahora me doy cuenta en los proyectos que salen los resultados, las necesidades y que debe seguir trabajando.

Entonces creo que eso es lo que a mí me ha ido orientando un poco después de 2 años ya asumí los temas de comunicación justamente porque desde la posición que estaba antes manejaba toda la información y creo que clave para hacer comunicación es involucrarse en el proceso. Alguien que ve desde afuera no va a poder comunicar exactamente lo que

estamos haciendo porque no entiende desde donde están haciendo una iniciativa o desde donde están haciendo una respuesta o si es que tienes una crisis porque nació esa crisis.

Para hacer comunicación para mí fue clave haber tenido estos dos años de involucrarme, de entender a la organización, de entender las necesidades y las dinámicas de los públicos con los que trabajamos.

Desde que entré a FAO en el tema de comunicación hemos logrado dar sostenibilidad, antes las inversiones eran más pequeñas, no se lograba garantizar un contrato a una persona. Habido un proceso de mejora en el tema de comunicación.

A partir de la experiencia de la FAO y desde tu perspectiva, ¿cómo se inserta esta comunicación para el desarrollo y el cambio social dentro de la comunicación institucional específicamente de entidades gubernamentales? ¿Además del MAGAP conoces alguna otra institución gubernamental que aplique el modelo de comunicación para el desarrollo?

Yo creo que sí, el ministerio de Salud trabaja mucho en comunicación para el desarrollo, creo que es una de las entidades que el proceso de validación del sistema de salud pública, si no tienes ese abordaje con la gente en territorio y no les ofreces los insumos o identificas las necesidades principales que tienen sobre todo comunidades rurales, es súper difícil garantizar que el servicio efectivo

El ministerio de Ambiente también trabaja con comunicación para el desarrollo, el tema de la red de guardaparques bajo el tema de la visión de desarrollo sostenible. Se ha logrado con esto sensibilizar a la gente que si tiene un manejo más responsable incluso esos mismos le van a servir para seguir produciendo.

En el tema productivo, el ministerio de Ambiente también tiene un rol clave en cómo llegan los técnicos al territorio, de ahí los conceptos creo que están claros en los técnicos de enseñarle a la gente, mostrarle con hechos. Por ejemplo, este proyecto de ganadería que nosotros manejamos les enseñan a hacer en una pequeña parcela, debes enseñarles probando y que ellos se convenzan de que eso es así para que ellos puedan hacer los cambios, pero eso es parte del trabajo de extensión que ellos tienen, no más porque habido una incorporación de comunicación y de herramientas que ellos puedan llegar.

Tomando como referencia el Foro de la FAO que fue en 2016, ¿qué consideras tu que sugiere o recomienda la FAO para que las políticas de desarrollo agrícola y rural también incluyan en sus programas este componente de la comunicación?

Realmente no sé si hace falta un estudio nacional, un programa piloto que se pueda trabajar por ejemplo con extensionistas que se formen o con comunicadores rurales que estén en campo que se formen y trabajen en un proyecto emblemático y que ese piloto nos dé resultados.

O sea cómo está funcionando el abordaje con comunicación para el desarrollo y cómo está funcionando el que no tiene comunicación creo que se evidencia que no se ha podido entregar, demostrar. Las técnicas están hechas, es cuestión de tener un libro y esto se puede pero mientras no se aplique y no se evalúe eso no se va a poder justificar que sea necesario realmente incorporarlo. Todo el proceso de medición, de evaluación y tener una línea base donde podamos decir si necesitamos, eso es clave.

Mi sugerencia es que más allá de las técnicas que se socialicen ya hay que hacer un piloto, habría que coger la experiencia de otro país, el tema de la cooperación sur-sur es una de las modalidades que tiene la FAO de cooperar, investigar si experiencias de comunicación para desarrollos se están implementando en otros países, entiendo que Centroamérica es uno de los lugares donde más se ha implementado, si no estoy mal es Guatemala uno de los países, entonces tomar la experiencia de Guatemala, hacer un intercambio de ideas, cómo fue el proceso, qué resultados tuvieron y con esa experiencia, con esa evidencia demostrar y decir esto se logró, intentemos, hagamos una gran inversión de este proyecto de inversión pequeña.

Creo que con el resultado de un plan piloto o una experiencia se puede maximizar. Muchas de las experiencias de FAO empiezan con pilotos y se terminan convirtiendo en modelos referenciales para continuar procesos de desarrollo, procesos productivos. Que nos cuenten desde la voz propia de alguien que haya pasado por esto cuál sería el impacto.

A partir del foro se emitió un informe final que es parte de mi estudio en cuanto a la metodología más allá del marco contextual, del marco teórico, la metodología la dividí en dos partes. La primera incluye la técnica del análisis documental y la segunda es también el análisis, la evaluación de la política pública, porque en el MAGAP instaló dentro del programa la estructura de comunicación que habían establecido para el 2017, se insertó el apartado de comunicación para el desarrollo, ¿qué pasó después del foro de la FAO?, siempre me quedo esa duda. Ese informe final contempla varias

para sugerencias entre una de ellas decía que se haría una presentación con información ante la CEPAL, proponen mayor diálogo, interacción, articulación institucional a través de los gobiernos de cada país. ¿Qué pasó después del foro han considerado hacer nuevamente, de quien fue la iniciativa, fue de FAO?

De FAO Ecuador no fue, te digo realmente nosotros nos involucramos en el tema de comunicación para desarrollo a partir del foro, nace del acercamiento de la sede con Ciespal con el proyecto de recuperar Onda Rural, esto de lo que yo entendí en su momento la radio era súper fuerte, pero ya no es así es una reflexión que debemos hacer en retrospectiva como organización con la idea de recuperar como proyecto de radio comunitaria.

Nace así con la idea de poner en el debate público el tema de comunicación por el desarrollo y por eso creo que hay pocos profesionales que se han especializado en temas de comunicación para el desarrollo y eso también limita la aplicación de metodologías o la estandarización o la incorporación en política pública.

De lo que fueron los resultados del foro a nivel nacional no habido un seguimiento directo. La FAO tiene un acuerdo con la Celac, la FAO se comprometió a dar a toda la comunidad de estados latinoamericanos y caribeños a lograr la meta de la reducción del hambre, es un plan de seguridad alimentaria para la Celac representa como la región puede lograr las metas de hambre cero.

Es un foro político en el que al presentar este documento podrías llegar como a tomadores de decisión de los países a que tomen en cuenta esto, pero yo no he escuchado nada.

¿La FAO puntualmente acá en el país ha establecido o ejecuta algún tipo de acción que fomente la preparación o las capacidades de los comunicadores que están en campo?

Nosotros no tenemos un equipo de comunicación, hay una responsable de comunicación qué tiene a cargo otras líneas de la institución. Lo que hacemos es articularnos con equipos de comunicación de nuestras contrapartes, es algo que lo planteé en el plan de comunicación, esa necesidad de trabajar en talleres de sensibilización de cómo trabaja la comunicación para el desarrollo, porque la mayoría de comunicadores se dedican a mandar información sin una reflexión de porqué hay un proceso de cooperación en su zona de intervención. Entonces existe el plan de realizar talleres para comunicadores y para técnicos.

Las condiciones políticas también influyen, por ejemplo, el foro fue en un año preelectoral y eso no se analizó, entonces no podíamos hacer mucha incidencia en la política pública porque era una transición de autoridades. Este año hemos tenido que construir relaciones nuevamente, porque personas que participaron en el proceso no estaban muy involucradas y no conocían el tema y es algo que como organismos internacionales nos pasa.

Si cambias de gobierno tienes que volver a construir la relación, volver a explicar cómo funcionamos, qué es lo que ofrecemos, para nosotros este último año ha sido eso, un proceso de construcción de relación, no se ha podido cumplir con la planificación anterior. Ahora ni siquiera topamos el tema de comunicación para el desarrollo.

La comunicación para el desarrollo que yo estoy analizando se enmarca dentro del paradigma del Buen Vivir que se lo manejó mucho hasta el régimen anterior, esto lo que buscaba es fomentar un desarrollo pero alejándolo bastante de esta visión desarrollista capitalista, en cambio proponía acercarme donde la persona pero saliendo de un poco de estructura tan vertical y hacerlo de una manera más horizontal y sobre todo respetando, escuchando y retomando para la aplicación en los procesos los conocimientos ancestrales, la parte cultural histórica de cada una de estas zonas. Entonces yo tengo que afirmar o negar que lo que hizo el MAGAP lo hizo desde la visión del Buen Vivir o simplemente fue una reproducción de este modelo asistencialista. ¿Podría caer en la misma comunicación institucional?

Si, pues todas las herramientas que diseñó el MAGAP no están al alcance del productor, han diseñado la plataforma de precios, de consulta aquí y teléfono no está hecha para el productor. Estas herramientas que el ministerio diseñó es para otro público no para la ruralidad y no creo que hayan sido construidas en un proceso participativo de cómo les gustaría recibir la información y eso es porque creo que los equipos de comunicación no se involucran en los procesos de construcción de los proyectos.

Y esa es la queja, decían que sólo se les involucraba para ir a cubrir el evento, pero no hubo un proceso de decir haber comunicación como nos recomienda abordar esto, No hay un especialista en comunicación que aporte a los técnicos en el proceso de ejecución. Si puede ser que fuera del discurso no se aplica.

Anexo 5

Entrevista a Rosa Elena Vallejo:

Licenciada en Comunicación periodística, especializada en tecnología de medios y máster en Ciencias Sociales. Experiencia en radio, televisión y prensa escrita, directora de Comunicación en el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal).

¿Cuál es tu nombre y profesión, por favor?

Mi nombre es Rosa Elena Vallejo, colaboro en CIESPAL como Directora de Comunicación, y tengo formación de Comunicación Periodística como Licenciatura y, posteriormente, una Maestría en Ciencias Sociales con especialidad en Comunicación Política.

¿Desde hace cuánto tiempo?

Trabajando en CIESPAL llevo casi tres años, y a cargo de la Dirección de Comunicación, aproximadamente unos ocho meses.

¿Cómo se dio esta vinculación?

Más que nada por el tema de investigación. CIESPAL es un organismo regional que lleva trabajando 59 años, y para aquellos que han estudiado y pasado por las aulas para realizar temas de investigación y periodismo, CIESPAL ha sido un referente. En los años 80 y 90, desde CIESPAL se dictaron ejes importantes para la formación en Comunicación en las universidades, para la formación de docentes y también en producción de investigación. Creo que la vinculación se dio desde muy temprana edad cuando decidí justamente tomar esta carrera.

Adicional al trabajo en CIESPAL, ¿cómo surge la vinculación con trabajos en la Comunicación para el Desarrollo?, ¿cómo han sido tus inicios en estos espacios?

La Comunicación para el Desarrollo es un tema que se ha debatido por muchos años por toda América Latina, y está muy vinculada también al papel que han cumplido los organismos internacionales, después de la Segunda Guerra Mundial, cuando se buscaba la reconstrucción de los países que quedaron afectados por la guerra. Desde los organismos internacionales se buscaba justamente una vinculación con América Latina porque interesaba tener este intercambio, de alguna forma, económico, que les permitiera a ellos tener ingresos para la reconstrucción. También podemos decir que hubo una reconfiguración política del relacionamiento entre los continentes. Me vinculé al tema justamente por la investigación, porque dentro de la comunicación, creo que alguna vez todos en las aulas hemos revisado qué significan estos conceptos, cómo fueron reconstruyéndose en la historia desde los 40 y 50, cuál es el impacto que han tenido los proyectos que se han desarrollado por estas agencias a partir de estos conceptos y desde una visión de lo que es comunicación y lo que es desarrollo. Entonces ha sido también cercano, más que nada porque hemos revisado también desde la teoría, es decir, son dos categorías importantes que están presentes para los estudiantes, los comunicadores y los periodistas.

¿Cuál consideras tú, ha sido el papel de la investigación a la hora de promover la comunicación para el desarrollo? ¿Podríamos mencionar brevemente un diagnóstico a nivel de la región, y después hablar de un diagnóstico a nivel de país?

Vamos a partir de América Latina. La Comunicación para el Desarrollo, como seguramente tú ya lo habrás revisado, son dos conceptos que se pueden registrar en países estadounidenses y europeos. ¿Qué pasó con América Latina, desde la investigación que tú me preguntas? Es que nació una corriente crítica hacia una visión del desarrollo que ponía a unos países desarrollados y a otros como subdesarrollados, y en el cual se entendía a este desarrollo como un camino lineal al que todos íbamos a llegar algún día. Justamente, había una explicación en los años 50 y 60 de esta visión que imperaba en aquel momento, de que nosotros dentro de los países latinoamericanos, no podíamos llegar al desarrollo por varias

explicaciones, entre ellas, la cultura. Era lo que a nosotros no nos permitía ser desarrollados y tendríamos que aspirar a este estilo de vida de estos países que sí eran considerados como desarrollados. Desde América Latina nace una visión crítica de que el subdesarrollo no es específicamente por esta mentalidad o cultura, o porque predominaba en aquel momento las personas que vivían en la ruralidad y no en la ciudad, sino que estaba atada también a otros factores, y uno de ellos era esta dependencia que nos habían generado con la venta -por ejemplo, es uno de los factores que te nombro, habrán otros también que revisarlos más en detalle- con la venta de tecnología a América Latina. Esto nos provocaba una cierta dependencia y también recibíamos dinero de agencias internacionales que se inyectaban en proyectos o en políticas y en programas con una cierta visión. ¿Qué visión? Que ellos sabían, conocían que eran desarrollados y nos venían a enseñar de aquel desarrollo. Entonces, de América Latina se criticaba este enfoque y se dijo que no, que en realidad parte de nuestro subdesarrollo es este interés político y económico también de estos países que se consideraban desarrollados y que, de cierta forma, habían actuado en América Latina. Entonces, comienzan autores latinoamericanos, como Luis Ramiro Beltrán, con una corriente crítica a concebir esa comunicación para el desarrollo. Bueno, también es muy criticado el “para” o “para el desarrollo”. Comienzan a cuestionar justamente este enfoque predominante y dicen “no, nosotros podemos llegar, o la comunicación puede también promover el desarrollo de las comunidades, de los países, siempre y cuando, manejemos dentro de ella y tomemos nuestras propias decisiones. Era como una petición a ser autónomos y a tratar también de que sea la propia población de estas naciones quien participe, y a través de la participación, sea también la promotora de mejorar sus condiciones de vida con la toma de decisiones autónomas. No que nadie más te venga a imponer una receta, que no haya una agencia internacional u organismo que te dé un manual y te diga “mira, aquí está, esto es lo que tienes que aplicar para alcanzar este desarrollo”, que también está conceptualizado.

Exactamente, eso te quería preguntar, ¿bajo qué concepto o visión de desarrollo se pensó esta nueva comunicación?

Desde la participación de la ciudadanía. Es importante como, por ejemplo, Luis Ramiro Beltrán entiende que lo que se debe hacer es justamente promover, como te decía, dentro de las comunidades, dentro de las organizaciones, que haya esta participación activa que permita exponer cuáles son los problemas y buscar conjuntamente las soluciones. Bueno, también desde aquel entonces, ya se empiezan a criticar otros problemas que ahora vuelven a estar latentes, por ejemplo, la concentración de la propiedad de los medios de comunicación. En aquel entonces se preguntan “bueno, cómo podemos pensar en una comunicación para el desarrollo si hay una fuerte concentración de medios en países que están imponiendo una visión cultural y que los otros países simplemente se están convirtiendo en receptores y emisores de estos contenidos. Estas agencias internacionales, ¿qué visión están dando sobre América Latina? Una visión de países violentos, una visión de “estoy extrapolando a la actualidad”, de narcotráfico, de inseguridad. Es decir, cómo nosotros podemos dar una visión de América Latina, por ejemplo, que sea desde nosotros, que sea un discurso construido también por nosotros, que no esté sujeto también a cómo nos vean otros continentes, que a veces crean también un estigma: América Latina – violencia, América Latina – corrupción, América Latina - ...

Pobreza.

Pobreza. Bueno, es necesario también construir otros discursos. Todos estos temas nacen con este cuestionamiento, este y muchos otros temas más, relacionados con la comunicación. Ahora, eso también en un contexto político importante, que está inserto también en cómo se desarrolló la Segunda Guerra Mundial y qué es lo que pasó después, entonces no hay que perder de vista.

Claro. Ahora, lo que te preguntaba hace un momento era cómo se vive o cómo se desarrolla la Comunicación para el Desarrollo acá en el país. ¿Por qué hago esta pregunta? Creo que fue como la principal espinita que quedó en mí al momento que

decidí estudiar la Maestría, porque al momento en el que yo estudié, porque mi formación es de Comunicación con mención en Periodismo, yo egresé en 2009 de la Universidad, y no se mencionó para nada la Comunicación para el Desarrollo. Entonces, en sí, cuando vi la descripción del máster, yo me sentí atraída por la Comunicación para el Desarrollo Social. Para mí resultó un tema súper nuevo, porque pese a que yo trabajo y fui parte de una institución pública, por ese entonces en el área de Comunicación y ahora por otros motivos tuve que moverme a otra área administrativa, y me resultaba súper extraño, decía “wow, ¿qué es la Comunicación para el Desarrollo?” Entonces, yo no entiendo. A medida que fuimos avanzando en los estudios con Javier sobre la Historia de la Comunicación para el Desarrollo y, más aún después de participar acá en el foro con la FAO, me llamó muchísimo la atención, entonces dije “OK este es un tema para mí que ha estado... bueno, acá la comunicación es lo que nos muestran las industrias culturales, la comunicación mediática, masiva, la que es dominante en estos momentos, y, sin embargo, para mí esta otra comunicación me resulta mucho más apasionante. O sea, digo ¿qué es lo que estará pasando en el país?, ¿será que hay conocimiento de la Comunicación para el Desarrollo a nivel global, en el país por decirlo así, o solo en pocos sectores como por ejemplo el MAGAP? O alguna otra institución u ONG son los que impulsan este tipo de comunicación. Esa es mi inquietud, por eso te preguntaba desde la investigación, ¿cuál sería un diagnóstico para saber cuál es la situación de la Comunicación para el Desarrollo acá en el país?

Depende también de qué estemos entendiendo de Comunicación para el Desarrollo, porque ahora también ya hay otros conceptos que han aparecido, por ejemplo, la Comunicación para el Cambio Social. Es decir, se han ido moviendo estos conceptos. El mejor ejemplo, si nosotros nos remitimos a los años 60 y 70, donde Luis Ramiro Beltrán, por ejemplo, considera a la participación como un eje central para esta Comunicación para el Desarrollo, el ejemplo más latente son las radios comunitarias. Eso creo que Ecuador y otros países como Colombia y Bolivia, han marcado también referencia para el mundo entero. Ya desde

los años 40, las radios mineras en Bolivia, creo que fueron el ejemplo de cómo se unían los sindicatos de mineros para aportar y tener su propia radio en la cual ellos podían expresar sus problemas, podían unir a voces, comentar qué es lo que estaba pasando, promover mejoras para su vida laboral... es decir, ya desde aquellos años hay una presencia. Acá en Ecuador, hay radios comunitarias que vienen trabajando desde hace algún tiempo y que toman decisiones, por ejemplo, de la programación, en asambleas. Es participativo, es abierto, tienen una programación también en la cual se incluye la discusión de los temas que afectan a la comunidad y cómo se podría solucionar estos. Esto es un ejemplo de comunicación, podríamos decirlo, para el desarrollo o participativa, porque es la comunidad la que se apropia del medio de comunicación, no tienes a un dueño como en un medio privado, que te está dictando ciertos delineamientos, que te dice lo que es y lo que no es noticia, que te dice a quién entrevistar y a quién no entrevistar, a quién damos espacio y a quién no damos espacio, sino que es la propia comunidad quien abre estos micrófonos para la participación de sus miembros, quien decide los temas que se van a discutir, quien opera en muchos casos los equipos, quien se pone frente a los micrófonos sin necesidad de ser un locutor, sino que se apropia de su medio para el beneficio de su comunidad.

Tiene mucho que ver también lo que mencionan los autores sobre las aptitudes y actitudes; o sea, como mencionabas tú, no necesariamente tiene que ser un profesional de la comunicación, pero lo que importa mucho es esa actitud. En sí, lo que yo he comprendido es que la comunicación para el desarrollo lo que busca es un cambio en las actitudes, entonces este cambio se va a ver reflejado en la participación de las radios comunitarias.

Sí, en realidad de lo que se trata esta comunicación diferente a la tradicional es de crear una comunidad, que de alguna forma tiene implicación en los contenidos que tú muestras en un medio. Y en un proyecto es igual, es decir, si vas a trabajar en una comunidad o con una población en Cayambe o en Riobamba, se trata de que la gente que habita esos espacios sea quien tome las decisiones, sea quien de alguna forma pueda decidir si hacemos, por

ejemplo, una campaña de vacunación, ¿cuáles son las necesidades urgentes?, ¿qué forma sería la más adecuada de entender también esa comunidad? Por ejemplo, si es de agricultores sabemos que no podemos poner un programa a las 10:00 de la mañana porque ellos están trabajando, sino que tendría que ser a las 5:00 de la mañana. Es decir, es entender la dinámica de la comunidad y también que ellos sean quienes presenten sus problemas, decidan sus problemas e incluso la forma cómo comunicarlos; es decir, si te funciona mejor un megáfono antes que promocionar en un canal de televisión nacional, es adecuado para aquella comunidad porque se trata de encontrar las mejores formas, porque la comunicación no solamente está ligada a los medios masivos de comunicación, sino al perifoneo, a lo mejor en el anuncio en la iglesia, a la obra de títeres que puedas montar en esa comunidad. O sea, dependiendo de sus dinámicas.

Sí y ¿cómo ha sido ese proceso de implementación de la comunicación para el desarrollo como una política pública?

Yo diría que no hay un momento en que se decide. Hasta hoy en día seguimos teniendo la comunicación como un punto de vista meramente de difusión, de que yo elaboro la campaña, yo la transmito y ahí se acabó el proceso de comunicación que queremos hacer, es un enfoque que persiste. No ha habido un antes y un después como tal en cuanto a implementación en políticas y en programas. Ahora, sí es importante señalar que, como te decía, desde los años 60 y 70 ya hay una corriente latinoamericana que critica esta visión de la comunicación para el desarrollo lineal, de arriba hacia abajo, en el sentido también difusionista, de que hay un emisor, de que hay un receptor. Se critica también esta emisión de contenidos de los países que tienen también la posibilidad de manejar estos medios, o sea, de los países desarrollados a los subdesarrollados, de entender este concepto de desarrollo como aquella idea y estilo de vida de unos países menospreciando la cultura y el pensamiento de otros. Entonces, es algo integral. Desde aquellas décadas, 60 y 70, ya se conoce que hay otra comunicación posible, y que esa otra comunicación posible se está ejerciendo en América Latina, y que esos medios pertenecientes a comunidades, a

organizaciones, a sindicatos son un ejemplo flagrante de que hay la posibilidad de concebir a esa comunicación lineal de otra forma, abriendo la participación ciudadana. Decir que ahora todas las políticas públicas incluyen este enfoque participativo, no lo podríamos asegurar, como te digo, depende todavía si las agencias internacionales que tuvieron mucho que ver y que, incluso se formaron después de la Segunda Guerra Mundial y que aplicaron varios problemas aquí en América Latina, siguen manejando este enfoque de comunicación. También es importante mencionar que hay que identificar cuándo necesitamos qué cosa, en algún momento tal vez, en un programa, será necesario hacer una campaña de comunicación lineal; en otros momentos, será importante que la comunidad se apropie de esos temas para decidir, por ejemplo, de qué quiere esa campaña de comunicación. No sé si me explico o me hago entender.

No podemos decir si hay una ruptura o un momento específico porque hasta hoy en día se sigue operando con esos dos enfoques. Y bueno, resta por entender efectivamente, si a lo mejor los Estados han comprendido la importancia de la comunicación para mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos, cómo podría aportar la comunicación y cómo lo estamos entendiendo. Aquí tenemos una larga tradición de las radios comunitarias que nos alumbran y nos han dado a entender que sí es posible que la comunidad piense desde sus propios miembros, y no que sea algo impuesto. Creo que eso todavía sigue ahí en desarrollo, no hay un corte específico.

Ahora, retomando un poco la experiencia del foro con la FAO, que se hizo acá en 2016, yo recuerdo que estuvieron presentes representantes de varias instituciones públicas de Paraguay, me parece que también de Panamá, estuvo Alfonso Gumucio incluso acá, acompañándonos. Lo que quiero conocer es, así de una manera muy breve, ¿cabría o tendríamos la posibilidad de hacer una comparación de cómo sería la experiencia de la aplicación y la implementación de política pública para comunicación para el desarrollo en estos otros países, y qué es lo que está sucediendo acá en Ecuador?

Para hacer ese análisis comparativo deberíamos definir primero, con más precisión, qué es lo que queremos analizar, por ejemplo, los programas, y qué elementos también pongamos ahí, si nos referimos a los medios de comunicación o nos referimos más bien a prácticas como la agricultura familiar, para no generalizar y tal vez cometer una imprecisión. Lo que sí te puedo decir es que, evidentemente, tuvimos una posición latinoamericana que estuvo presente después de la Segunda Guerra Mundial, y que también el contexto geopolítico es compartido, es decir, si bien las realidades de Colombia, de Perú, de Bolivia, no serán iguales, de Venezuela, sí compartimos también momentos históricos que han sido trascendentales en nuestras historias, que podrían marcarse incluso desde el hecho de la conquista; entonces, podríamos decir que tenemos un piso en común y que sí hace falta más investigaciones definiendo el objeto que quisiéramos estudiar para poder, efectivamente, decir o concluir qué diferencias ha habido dentro de la implementación de estos programas que han estado titulados como comunicación para el desarrollo.

A partir del foro se elaboró un informe final, en el cual se reunían las principales características y un diagnóstico de los principales casos y los temas que se obtuvieron por parte de las personas que participaron, y también se hicieron recomendaciones. Mi pregunta es: después del foro, ¿qué hay más allá?, ¿qué tipo de acciones o en qué estado se encuentran esas propuestas para la implementación y la mejora de política pública o de acciones que permitan, no solamente la formación, sino también la institucionalización de cierta manera, de la comunicación para el desarrollo?

Luego de este foro se publicó una hoja de ruta que está a disposición del público y que fue bastante interesante. Ahora, lo que nosotros tendríamos que también pensar es que hay un factor trascendental para que todo esto funcione, y es la integración regional. Es saber que nosotros, por ejemplo, para mejorar los programas e intercambiar experiencias, es necesario estar en contacto con instituciones del mismo nivel en todos los países, es importante. Ahora, esto también atraviesa por los momentos políticos en los que esté inserto en ese

momento América Latina. Tuvimos la década pasada gobiernos que fueron calificados como “de corte progresista”, que le apostaron por la integración regional. Ahí tienes tú, por ejemplo, un Unasur, que lo que quería es integrar a todos los países en el ámbito económico, social y cultural, y que se pensaron algunas acciones en concreto. Ahora atravesamos un momento en América Latina en donde parecería que a los nuevos gobiernos no les interesa tener este tipo de integración. Entonces, las recomendaciones que se emitieron tras el informe de este foro regional tienen un punto trascendental que es el que estemos conectados, el que podamos intercambiar estas experiencias y el que sean nuestros propios países e instituciones quienes participen para poder mejorar de alguna forma las políticas públicas, es decir, tenemos a ministerios de comunicación y a instituciones de agricultura familiar en varios países de América Latina, ¡que interesante sería que estas instituciones se interconecten para comentar que experiencias han tenido con determinados programas y políticas que son globales!, y, a partir de eso, conocer y poder mejorar. Cuando estamos actuando de forma individual, tal vez atomizada, sean más difícil de alguna forma conseguir este desarrollo porque está pensado, justamente, en que la integración es fundamental para poner incluso, o proponer, un punto de vista de la comunicación.

Ahora, retomando un poco el tema de Onda Rural, tú me comentabas que van a haber algunos cambios. ¿Cuál va a ser el punto de partida y el accionar que va a tomar Onda Rural de aquí en adelante?, ¿qué es lo que está pasando ahora con Onda Rural y cuál es la visión que se tiene a futuro?

Onda Rural es un proyecto muy interesante que requiere una participación activa de las instituciones que se han comprometido para desarrollar e impulsar esta propuesta, y también para quienes se unan.

¿Hay compromiso de las instituciones gubernamentales?

Está Ciespal, está REAF Mercosur, está Amarc (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), está ALER; esta propuesta también es apoyada por FAO, está la WAC. Es decir, son algunas organizaciones que está operando a nivel internacional, que deciden impulsar esta propuesta. Ahora, como es, efectivamente, un proyecto de comunicación para el desarrollo, su éxito depende de que haya un empoderamiento de todas estas instituciones, comunicadores, organizaciones que estén relacionadas con la comunicación y también con la agricultura familiar, para que esto funcione. Si no hay una apropiación dentro de las personas que están trabajando dentro de estos temas, va a ser un proyecto que no puede funcionar, porque dentro del mismo proyecto se está proponiendo un enfoque de la comunicación participativa. No es un proyecto que es apoyado desde Ciespal y simplemente difundido, sino que contempla dentro de sí mismo la contribución de varias organizaciones que quieren asesorar, capacitar, fomentar, visibilizar las experiencias que tengan de comunicación para el desarrollo rural en toda América Latina. Está apenas empezando, creo que el mes de marzo lo presentaremos, tenemos ya una página web desarrollada, tenemos ciertos contenidos. Creo que va a ser muy interesante conocer a futuro, si efectivamente, se ha logrado una apropiación y si hay un interés porque esto siga funcionando, porque Onda Rural es una red. Lo que se busca es que allí confluyan investigadores, estudiantes, docentes, organizaciones, instituciones que estén interesadas en esas temáticas, pero no es un proyecto lineal, es decir, si no hay esa participación, si no hay esa colaboración, si no hay ese empoderamiento, esa apropiación del medio, es muy difícil que pueda funcionar.

¿Cuál podría ser la clave para atraer este empoderamiento y este interés?

Yo pienso que lo primero es presentar la propuesta, llegar a todas las organizaciones que más se pueda, presentar de qué se trata, qué es lo que pretendemos hacer. Tendrá que funcionar también a través de medios convencionales, tenemos una página web y redes sociales, porque también, si esos son los medios que hoy por hoy están funcionando, tenemos que dar la disputa también en estos medios. Creo que viene una fase de

presentación de la propuesta, y está por delante lograr que la gente se interese efectivamente.

Como te comentaba, en mi análisis y en mi investigación, lo que me interesa mucho es poder identificar y determinar desde qué visión de desarrollo, en este caso el objeto de estudio es el MAGAP, ellos pensaron su estrategia; porque ellos plantean la comunicación para el desarrollo, pero a través de la participación. Entonces, lo que me comentaban ellos fue que el primer paso fue hacer un proceso de sensibilización, en el que ellos sí consideraron desde las cabezas hasta la ciudadanía en territorio. Entonces, lo que yo quiero determinar es qué se comprende por comunicación para el desarrollo dentro del Buen Vivir, porque, incluso yo cuando estaba planteando mi tema de trabajo, llegué a confundir un poco los dos términos, a separarlos, a pensar que desarrollo es una cosa y Buen Vivir es otra, y, en este tiempo que he ido haciendo la investigación, resulta que, a mi manera de ver, el desarrollo podría resultar en una suerte de adaptación y el Buen Vivir integra un nuevo desarrollo, pero que contempla nuevos conceptos, por ejemplo esto de la armonía entre el ser humano y la naturaleza, el respeto, el sentipensar que promueve Adalid Contreras. Entonces, ¿se podría considerar que el Buen Vivir es una versión mejorada de este concepto de desarrollo?

Podríamos decir que es una propuesta que nace de la cosmovisión indígena, que ha sido desarrollada en los últimos años, sobre todo, en Bolivia y en Ecuador. Es una forma de entender. Habría que analizar si efectivamente, se puede considerar el desarrollo porque ellos manejan justamente esto del Sumak Kawsay y el Buen Vivir, que es estar en una armonía integral y no solamente como individuo o comunidad, sino también con mi entorno, con la naturaleza. Podríamos decir que es una propuesta latinoamericana a cómo entender este Buen Vivir, que ahora se está nombrando. Es un enfoque que tiene mucho potencial para desarrollarse y deberíamos seguirlo trabajando. He visto que en las universidades europeas se han apropiado de este término, y ellos están hablando. Es algo que ha nacido con una visión latinoamericana. Lastimosamente, este Buen Vivir ha sido

identificado con ciertos gobiernos, entonces ahí corremos el riesgo de que se diga que el Buen Vivir pertenece a un Gobierno como el de Rafael Correa, por ejemplo. Bueno, en sí hasta cierto grado se apropió del término, pero encierra una visión indígena, una propuesta de vida, una propuesta de calidad de vida, que en este momento podría funcionar y que es un enfoque más latinoamericanista.

¿Cuál consideras tú que fue la visión al retomar esta mirada ancestral hacia el factor indígena?

La primera es que se regresan a ver los antepasados, los ancestros, ya no como un factor de aquel retroceso o lo que no nos permitió llegar a ese desarrollo tan deseando, sino de revalorizar nuestra cultura. Es decir, nuestros antepasados tenían justamente una visión, unas formas de vida que es necesario revisarlas, entenderlas para saber también cómo ellos funcionaban y qué es lo que concebían como el Buen Vivir. Creo que, por un lado, tiene mucho que ver esta parte de revalorizar culturalmente a nuestros pueblos. Lo otro también está en buscar alternativas que nos permiten mejorar el estilo de vida. Ahora veíamos la noticia de que murió el último rinoceronte blanco, y esto te habla que hay una desconexión de este individuo con la naturaleza, entonces, cómo nos podría ayudar a mejorar esta propuesta que es más integral, que es el convivir, el respetar, el considerar que ese árbol es parte de tu entorno, parte de tu vida, y no solamente lo miras como un objeto para explotar, para el bienestar económico, sino la importancia de preservar un ambiente adecuado para que te permita vivir bien en comunidad, tú, y tu comunidad, porque este enfoque es integral, va más allá de pensar solamente en forma individual.

¿Será que nuestra sociedad ecuatoriana tiene conciencia amplia sobre lo que implica el Buen Vivir?

Yo creo que no porque es muy complicado decir si se entiende el enfoque del Buen Vivir, es decir, fue utilizado por un Gobierno y eso puede ser, incluso, para que no se vuelva a

hablar de esto. Desde la Academia, nosotros sabemos que es una propuesta latinoamericana al tratar de vivir mejor, no sé si esté concebido el desarrollo dentro de ese enfoque, así como nosotros entendemos. Simplemente es una visión. Ahora, el riesgo que se corre es que, efectivamente, se piense que esté asociado a tal o cual Gobierno, al Gobierno de Evo Morales y al Gobierno de Rafael Correa, que es la visión que imperó en la última década. Entonces, ahora nadie quiere hablar del Buen Vivir porque lo pensamos propiedad de estos Gobiernos, cuando en realidad sabemos, desde la Academia que no, que ha sido un esfuerzo por rescatar otras formas de vida que no están pensando en una explotación tan agresiva de la naturaleza, sino en tratar ya de preservar para la propia vida humana.

Yo quería, para concluir, ¿cuál sería la propuesta ideal para garantizar, no solo la implementación, sino el éxito de estrategias de comunicación para el desarrollo a nivel del aparato estatal? No sé si de pronto nos remitimos un poco a las preguntas que te había planteado al inicio, porque lo que me ha motivado a hacer esta investigación es el hecho de que son pocas las instituciones públicas que están liderando este tipo de proyectos; y en el caso del MAG, incluso, tengo conocimiento que la estrategia que se presentó está ahí un poco parada. Mi cuestionamiento personal es saber de qué manera se puede promover la comunicación para el desarrollo a nivel estatal porque es muy importante que el Estado también rompa con esta figura paternalista y asistencialista de “necesitamos mejorar el riego en las zonas del agro ecuatoriano, entonces vamos a hacer una mega campaña”, y bueno, se da la camiseta, el gorrito, el flyer, la pancarta, pero realmente, ¿hay vinculación y participación de las personas? Entonces, mi pregunta es esa, ¿de qué manera se puede fomentar una verdadera comunicación para el desarrollo?

Esa es la pregunta del millón, como dirían. Lo que sí hay que tener claro y presente es una cuestión fundamental, y es que, para que haya una visión de Estado mucho depende de los gobernantes de turno, y, América Latina, sabemos que dependiendo de tal o cual tendencia esa visión cambia. No es permanente. Si antes, por ejemplo, estábamos anclados y se trató

de implementar, ya sabremos si fue con éxito o no con tanto éxito, una visión distinta a la tradicional de desarrollo con este enfoque del Buen Vivir, y ahora hay otra visión o retroceso, y es algo que depende también de las coyunturas políticas que estemos atravesando. Eso, esa visión de Gobierno, esa visión de Estado, esa visión de planificación va a impactar directamente en las políticas públicas, y luego, en las instituciones y en los programas. Es decir, no solamente depende de que haya esta genuina participación ciudadana, sino, ya pensando desde un punto de vista del Estado, que tú comentabas, pensando en cómo podemos implementar, hay que tener presente eso. Todo depende de la visión política con que se llegue a ese momento. Luego, es importante también resaltar en la formación de los hacedores de política pública porque son ellos quienes imprimen, ya con esta visión política de Gobierno, todas estas características para la implementación de los programas.

Es decir, el hecho en sí de que se convierta en política pública a la comunicación no es en sí una garantía, sino que la razón de convertirse en una política pública no la exime de pasar por el mismo tratamiento que tienen las demás políticas públicas. O sea, con esto me refiero a que puede haber una política pública de salud, educación, en el aspecto legal, etc., y, pese a que estén ahí, la aplicación de las mismas y el éxito de las mismas van a depender de las personas que estén a cargo. No es una garantía que a la comunicación para el desarrollo se la pueda convertir en política pública.

En realidad, como te digo, es decir, sí hay experiencias, algunas experiencias de que efectivamente se puede hacer esta comunicación diferente. Como te decía, el ejemplo más reciente que tenemos este momento son las radios comunitarias. Ahora, para que esto salte a una política de Estado, sí se requiere de un entendimiento mucho más amplio de quienes estén en el poder.

Acá en el país, a nivel de academia, ¿existe una formación fuerte en comunicación para el desarrollo?

Desde décadas pasadas, yo creo que también autores latinoamericanos han criticado porque ellos, por ejemplo: Marqués de Melo, han propuesto y han dado mucho énfasis al periodismo que, quieras o no, ahí está presente una comunicación lineal, de arriba hacia abajo. El periodista es el testigo privilegiado del hecho que, con su visión guiada por lineamientos editoriales, da a conocer a la audiencia tal o cual suceso.

Lo que le ha dictado la línea editorial del medio.

Ahí no es participativo, es una comunicación de emisor-receptor. Sí han criticado autores latinoamericanos el poco énfasis que se ha dado en las aulas, en los centros de formación. El enfoque de comunicación para el desarrollo casi ha estado ausente y se han preguntado por qué no formamos nosotros más comunicadores para el desarrollo. Entonces, es una deuda pendiente. Es decir, ahora tal vez hay, he visto que hay maestrías en algunos países que son Maestrías en Comunicación para el Cambio Social, Maestría para el Desarrollo, es decir, está como mucho más presente el enfoque que nos invita también a informarnos, a revisar nuestra historia y ver qué significaron estos dos grandes conceptos en nuestra trayectoria. Es un tema pendiente que aún está por ahí por desarrollarse, es decir, tenemos este enfoque del Buen Vivir que es algo muy interesante porque es una visión distinta, otra forma de vida. Ahora vamos a ver si es que tiene la posibilidad de desarrollarse más allá. Lo ideal sería que la investigación, que los estudiantes, que los académicos sigamos analizando y sigamos pensando sobre ello, sigamos encontrando formas, si es que fuese posible expandir y que esto tenga mayor conocimiento, que haya una mayor difusión en el mundo entero sobre esta visión. Ahora, como te digo, depende también de los momentos políticos, depende de la asociación que se tenga con el concepto. Lo veremos a futuro.