

DIALOGO ENTRE GENERACIONES: COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN AMÉRICA LATINA EN EL NUEVO MILENIO´

DIALOGUE BETWEEN GENERATIONS: COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT IN
LATIN AMERICA IN THE NEW MILLENNIUM

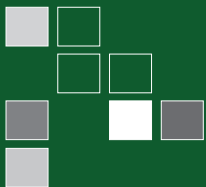
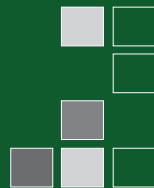
DIÁLOGO ENTRE GERAÇÕES: COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO NA
AMÉRICA LATINA NO NOVO MILÊNIO

Gustavo Cimadevilla

■ Doctor en Comunicación por la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC-Argentina), Magíster en Extensión Rural por la Universidade Federal de Santa María (UFSM-Brasil) y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UNRC. Profesor Emérito de la Facultad de Ciencias Humanas-UNRC. Exdirector del Doctorado en Ciencias Sociales de la FCH-UNRC. Durante su vasta trayectoria académica se desempeñó como presidente de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS) y de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). Fue coordinador del GT Comunicación, Tecnología y Desarrollo de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y Co-editor académico de la Revista Argentina de Comunicación (FADECCOS). Autor de varios libros, artículos y otras contribuciones de referencia en el campo de la Comunicación para el Desarrollo.

■ E-mail: gcimadevilla@yahoo.com.ar





Edgardo Carniglia

■ Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo-Argentina), Magíster en Extensión Rural por la Universidade Federal de Santa María (UFSM-Brasil) y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC). Profesor titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la FCH-UNRC. Docente de posgrado en distintas universidades del país. Director Regular (2018-2024) del Instituto de Investigaciones Sociales, Territoriales y Educativas (ISTE-CONICET/UNRC). Miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) y de la Asociación Internacional para la Investigación en Medios y Comunicación (IAMCR). Autor de varios libros, artículos y otras contribuciones de referencia en el campo de la Comunicación para el Desarrollo.

■ E-mail: ecarniglia@hum.unrc.edu.ar



Amir Coleff es Comunicador Social con orientación en Comunicación Institucional y Desarrollo, Licenciado en Ciencias de la Comunicación y doctorando en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC-Argentina). Se desempeña como docente-investigador en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la FCH-UNRC y como Becario Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), con sede de trabajo en el Instituto de Investigaciones Sociales, Territoriales y Educativas (ISTE-CONICET/UNRC).



Gustavo Cimadevilla y Edgardo Carniglia dialogan con el doctorando Amir Coleff sobre un campo que, en América Latina, ingresa en el último cuarto de su primer siglo como área subdisciplinar: la comunicación para el desarrollo.

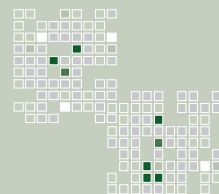
Con la obra pionera de Juan Díaz Bordenave como referencia principal, la conversación revisita problemas clásicos y emergentes: la persistencia del subdesarrollo y sus manifestaciones territoriales específicas; la fragmentación de las promesas e ilusiones transformadoras; las tensiones entre lo urbano, lo rural y su síntesis rurbana; y la necesidad de restituir el diálogo social frente a la impronta tecno-céntrica de la comunicación contemporánea.

Más que una recapitulación nostálgica, los cruces de los protagonistas que revistan en generaciones distintas proponen, al mismo tiempo, un balance crítico para una apuesta: pensar la comunicación y el desarrollo desde las heterogeneidades territoriales, las mediaciones situadas y los conocimientos socialmente compartidos.

Edgardo Carniglia (EC): Hay algo interesante en esta escena: el encuentro entre generaciones. Nosotros venimos de una trayectoria larga en comunicación y desarrollo, en comunicación rural, en estudios sobre intervención en procesos de desarrollo territorial. Amir, en cambio, representa una generación que recién empieza a ocupar ese espacio. Si aceptamos que la comunicación para el desarrollo en América Latina comienza aproximadamente hacia los años cincuenta –como sugería Luis Ramiro Beltrán–, hoy estaríamos entrando en el último cuarto de su primer siglo. Y, en cierto modo, a Amir le tocaría ser protagonista activo de ese tiempo.

Gustavo Cimadevilla (GC): Y justamente por eso nos interesa tu mirada. Quienes nos formamos en una bibliografía ya clásica solemos pensar el desarrollo con referencias que remiten a otro mundo: el de los Estados-Nación y sus fronteras, las agencias de intervención, los organismos multilaterales, las instituciones vinculadas a la política internacional de posguerra. No es que esas presencias hayan desaparecido, pero hoy operan de otro modo y en escenarios distintos. Por eso la pregunta es inevitable: cuando hoy hablamos de desarrollo, ¿cómo lo encuadrás?, ¿dónde lo ves?, ¿en qué materializa?

Amir Coleff (AC): – Cuando pienso en el desarrollo, y también en el vínculo entre comunicación y desarrollo, lo primero que se vuelve muy visible son más bien las dificultades y los problemas del desarrollo. Se hacen patentes, por ejemplo, los problemas ligados a las condiciones laborales de los jóvenes –y no solo de los jóvenes– y su relación a las desigualdades sociales y económicas, a las disímiles trayectorias educativas, a las imposibilidades para el acceso a la vivienda, a la salud, entre otras. Es decir, a cuestiones que no necesariamente son nuevas en nuestros territorios, pero sí aparecen con dinámicas renovadas y confirman problemáticas estructurales. Y en ese marco, sobre todo una dimensión de fondo que hoy parece articular a muchas de esas problemáticas: la cuestión ambiental, o, más ampliamente, la dimensión material del hábitat en la que desarrollamos la vida. Entonces, cuando uno piensa en desarrollo, termina pensando en qué alternativas podrían emerger para generar mejores condiciones de vida, aunque sea atendiendo a alguna de esas dimensiones. Pero ahí aparece algo importante: esos problemas nunca se presentan de manera homogénea. Emergen de modos distintos, se segmentan, se encuadran de formas diferentes y también, en consecuencia, las alternativas para enfrentarlos muchas veces se configuran de manera atomizada. Esa atomización, en términos comunicacionales, es un caleidoscopio cuasi infinito de imágenes no integradas.



– **GC:** O sea que los escenarios cambiaron, pero persisten los desfasajes, las brechas, las desigualdades...

– **AC:** Sí, aunque diría algo más: no solo persisten, sino que en muchos casos se han profundizado. Y eso vuelve más complejo el hecho de pensar alternativas. Si uno mira, por ejemplo, los sistemas productivos territoriales de los países con una fuerte impronta agrícola, la heterogeneidad de las regiones interiores se manifiesta en heterogeneidad de problemas inconclusos. Hay configuraciones muy distintas y, por lo tanto, los modos de abordar esas realidades demandarían intervenciones atentas a esas particularidades. El problema es que muchas veces se piensa el desarrollo desde un sistema productivo hegemónico, o bien se eluden directamente esas diferencias. Ahí aparece un desafío central: cómo pensar, en un escenario mundializado, alternativas que reconozcan las heterogeneidades efectivas y concretas de los territorios en que desarrollamos la vida.

– **GC:** Durante mucho tiempo, la reflexión latinoamericana sobre comunicación para el desarrollo se apoyó en cierta ilusión transformadora. Incluso cuando se discutían modelos alternativos, seguía presente la idea de que la comunicación podía intervenir sobre procesos sociales concretos. ¿Qué pasa hoy con eso? ¿La lectura es otra?

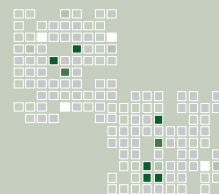
– **AC:** En esos términos veo un cambio significativo. En muchos planteos clásicos, la comunicación aparecía subordinada a la noción de desarrollo: estaban los problemas del desarrollo y la comunicación era un medio para hacer posibles ciertos procesos superadores de dichos problemas. Hoy, en cambio, tengo la impresión de que algunas dinámicas de la comunicación subordinan al propio desarrollo. Pienso, particularmente, en la comunicación digitalizada. En la digitalización de la vida social. Si en algún momento existía la ilusión de que la comunicación podía ser una herramienta para el desarrollo, hoy ciertas estructuras comunicacionales pueden operar también como su obstáculo. Las plataformas, por ejemplo, constituyen instancias supranacionales que imponen lógicas geopolíticas muy fuertes. Los códigos se imponen. Entonces, a veces hablamos de la comunicación como “caja de herramientas” para operar en procesos de desarrollo, pero esas herramientas llegan ya configuradas por racionalidades que no conocemos ni controlamos. Y ello implica problemas y desafíos diversos para pensar la comunicación en problemas del desarrollo.

– **GC:** Es decir: el mundo de la comunicación ganó tal autonomía, tal densidad y tal velocidad, que dejó de ser simplemente una herramienta y pasó a imprimir su propia lógica.

– **AC:** Exactamente. Por eso creo que habría que ensayar la comprensión y usos de esas herramientas a la luz de las particularidades locales y regionales. Porque la dificultad no es solo de acceso. Hoy en día, el acceso a los medios digitales se ha ampliado y reconfigurado con respecto a lo que acontecía cincuenta años atrás: existen mayores posibilidades, por ejemplo, de tener un medio digital, un espacio de difusión en redes, un canal de streaming, por ejemplo. Pero las lógicas dentro de las cuales esas herramientas operan, no necesariamente promueven el diálogo ni la democratización de los procesos comunicacionales y socioculturales, en términos más amplios. Por el contrario, está mediada por algoritmos que imponen lógicas de producción, circulación y consumo a menudo segmentadas, parciales y atomizadas.

– **EC:** Ahí aparece algo decisivo según lo planteas: en la actualidad no alcanzaría con pensar la comunicación como instrumento para procesos de desarrollo. A su vez, se vuelve necesario democratizar la propia comunicación vigente.

– **AC:** Sí, ese es el punto. Uno puede valerse de herramientas de la comunicación digitalizada para intervenir sobre problemas del desarrollo o, más específicamente, del desarrollo rural o urbano, pero no maneja las condiciones profundas en las que esas herramientas funcionan. Entonces, al desafío de promover procesos de desarrollo se le suma otro: democratizar las condiciones mismas de la comunicación.



– **GC:** Cuando con Edgardo trabajábamos estas cuestiones décadas atrás, había una fuerte apuesta por orientar procesos, por crear escenarios, por construir condiciones para el diálogo. En el trasfondo estaban autores como Juan Díaz Bordenave, con su insistencia en la cuestión educativa, en los flujos comunicacionales, en la democratización de las relaciones; y también las discusiones con las tradiciones más verticales, funcionalistas o difusionistas. Hoy da la impresión de que aquella expectativa o “promesa” no alcanzó... ¿Lo ves así?

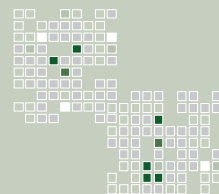
– **AC:** Yo no lo pensaría como clausura definitiva. Diría, más bien, que no estaría alcanzando. Me parece importante no cerrarlo, para que la búsqueda y exploración continúe. Porque si decimos simplemente que la promesa transformadora fracasó, corremos el riesgo de cancelar también la posibilidad de pensarla. Lo que sí creo es que hoy nos cuesta formular horizontes ambiciosos de ese tipo. En aquel momento podía parecer que había apuestas muy ambiciosas o muy utópicas; hoy muchas veces nos cuesta incluso imaginar esos horizontes, o los pensamos de manera muy unidimensional o fragmentaria. Aun así, no diría que las ilusiones desaparecieron. Más bien están muy atomizadas. Hay muchas experiencias, muchos colectivos de acción, muchas prácticas de comunicación para la incidencia, pero aparecen como micro-ilusiones y, en no pocos casos, pensando a la comunicación en una clave instrumental e informacional. Entonces, para mí, uno de los desafíos de este momento es salir de esa mirada puramente tecnologizada e informacional de la comunicación y volver a pensarla como producción de diálogos. Si son micro-ilusionarios, valen para dar inicio a posibles cambios.

– **EC:** En el caso de la comunicación rural, por ejemplo, siempre fue importante distinguir entre modernización y desarrollo, Bordenave insistió mucho en ello. El campo argentino o del cono sur, por ejemplo, se modernizó, sin dudas, pero eso no implicó un desarrollo más integral. La producción agropecuaria creció enormemente, pero al mismo tiempo se redujeron las unidades productivas, se concentró la estructura agraria y se profundizaron ciertos costos sociales de la mano de las migraciones internas. Ahí la pregunta por la comunicación reaparece de otro modo.

– **AC:** Lo que observo allí es que muchas instancias de comunicación vinculadas al agro siguen concentrándose en cuestiones productivas o tecnológicas, pero reconocen poco las tramas sociales y culturales de las ruralidades. Y digo ruralidades en plural porque no hay un único mundo rural. En el cono sur, por ejemplo, decíamos que hay más de un modelo productivo rural, más de un sistema territorial. Sin embargo, la visibilidad comunicacional no la tienen todos por igual.

– **GC:** Lo diverso no se ve... Tampoco las reconfiguraciones, como es el caso de las nuevas realidades urbanas.

– **AC:** Exactamente. Y cuando lo diverso no se ve, se pierde mucho: capacidad de comprender problemas, de reconocer experiencias y de imaginar alternativas. Lo observo, por ejemplo, en trabajos colectivos sobre las desigualdades comunicacionales, culturales y digitales en distintas regiones del país. Uno cree, desde el sitio desde dónde mira, que ciertas configuraciones son “la” realidad, y después aparecen territorios de frontera, economías regionales muy distintas, otras relaciones con la conectividad, con el Estado, con la circulación de la información. Ahí se advierte hasta qué punto cierta lógica comunicacional tiende a invisibilizar la diversidad o a mostrarla apenas de modo parcial. Y en ese punto intervienen también los algoritmos de los que antes hablábamos, en el marco de la creciente digitalización de la comunicación, de la educación, del trabajo y de la vida cotidiana en general: cada quien ve una realidad segmentada, afín a



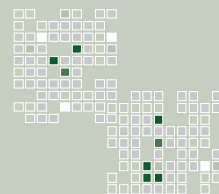
sus propios consumos y preferencias. Aunque no se vea con claridad, cada usuario es arquitecto del propio universo al que accede, entonces lo diverso desaparece. Solo aparece lo “elegible”. Esto es: se le aparecen materiales significantes distintos, se construyen significados particularizados y, si no median otras instancias de diálogo, se van construyendo redes semióticas acaso demasiado atomizadas para el diálogo social que necesitamos. Y esto que vale para la comunicación urbana, vale también para la comunicación rural.

– **EC:** Ahí la obra de Bordenave sigue siendo sugerente. En ¿Qué es comunicación rural?, por ejemplo, distinguía entre comunicación agrícola y comunicación rural: una más ligada a la circulación de tecnologías y saberes productivos; otra más atenta al mundo de la vida, a la cultura, a las relaciones, a los flujos más amplios que estructuran la vida rural. Esa distinción, aun con los cambios de época, sigue teniendo potencia, ¿no?

– **AC:** Sí, totalmente. Y me parece que incluso hoy podría complejizarse más, justamente porque los flujos se intensificaron y las mediaciones se volvieron más densas. Pero la pregunta de fondo sigue siendo muy valiosa: si la comunicación se reduce a lo técnico-productivo, queda fuera una dimensión decisiva de la vida social: la del entramado sociocultural en el que los actores sociales desarrollamos la vida y continuamente significamos.

– **EC:** También por eso nos parece productiva la noción de rurbanidad, que en nuestra experiencia de investigación fue una forma de salir de dicotomías demasiado rígidas entre campo y ciudad. Ahí están, por ejemplo, algunas intuiciones tempranas de Charles Galpin, luego ciertas resonancias en Raymond Williams, en Gilberto Freyre y en otros autores sensibles a esa interpenetración.

– **AC:** Sí, porque ya no alcanza con pensar lo urbano y lo rural como mundos completamente separados. Y ello acontece en un marco más amplio en el que ciertas categorías del pensamiento de fines del siglo XX hoy entran en crisis, o al menos muestran sus límites. La idea de una globalización armónica, por ejemplo; la idea de un mundo crecientemente integrado; incluso ciertas expectativas respecto de la disminución de los conflictos internacionales. Todo eso hoy tiembla. Y en ese marco me pregunto también por la urbanización como promesa moderna. Durante mucho tiempo la ciudad aparecía como solución a múltiples problemas del desarrollo, pero hoy vemos que la ciudad también es un problema en sí misma. Las grandes ciudades, sus infraestructuras, las fuentes de agua potable, el tratamiento de los residuos, la gestión del transporte, la vivienda: todo ello podría leerse como parte de una crisis de la urbanidad. Entonces la pregunta por lo rural y lo urbano cambia de sentido. Lo rural ya no puede ser pensado solo como atraso o como fuente de materias primas frente a una supuesta superioridad urbana. Allí, la pregunta por lo rurbario ayuda a salir de esa dicotomía y a pensar sujetos, experiencias y territorios atravesados por ambas dimensiones.



– **GC:** Sin duda pensar en términos de rurbanidad es pensar en términos de condición socio cultural. No en términos demográficos, por eso también la observación de Barbero respecto de cómo en las urbes se producían y producen “desurbanizaciones” –es decir, procesos de pauperización y desgranamiento social– es un modo de advertir que son las condiciones de vida las que requieren urgente visibilidad. Y esa es una tarea comunicacional fundamental.

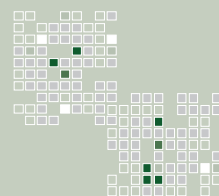
– **EC:** En tu caso Amir, además, no hablaste solo desde la teoría. También conocés por dentro el mundo chacarero y has trabajado en una empresa de comercialización agropecuaria vinculada a los remates televisados. ¿Qué aprendiste ahí sobre la comunicación?

– **AC:** Fue una experiencia muy formativa porque me permitió ver de manera muy concreta la importancia de las mediaciones situadas. Era una empresa de venta de ganado que se había desplazado, en el marco de la pandemia sociosanitaria por el Covid-19, del tradicional remate feria a los remates televisados. Entonces aparecía un conjunto de demandas comunicacionales acaso nuevas para el mundo agrícola ganadero: la producción de videos, la gestión de los materiales comunicacionales, la producción de piezas para la circulación digital, entre otras actividades. Al comienzo, yo tendía a pensar la producción de esos materiales desde criterios profesionales muy ligados a las lógicas de la comunicación digital: segmentar contenidos, optimizar formatos, adaptar piezas a las redes socio-digitales y a las plataformas y sitios web. Pero ahí aparecía algo muy concreto: muchas veces los propios actores del sector te decían: “poné toda la información en una sola placa y listo”. De entrada, eso me hacía ruido, porque parecía contradecir ciertas pautas profesionales: la segmentación de contenidos, la jerarquización visual, la lectura mosaico de los nuevos medios digitales. Pero después uno entendía que el receptor no estaba en una situación ideal de recepción: podía estar en el campo, con una señal telefónica muy débil, sin datos, descargando apenas una imagen. Entonces, aquello que parecía una solución comunicacional “menos sofisticada” era, en realidad, la más adecuada para esa situación.

Ahí comprendí algo importante: había una aparente contradicción entre ciertos criterios de producción comunicacional y las condiciones reales de recepción, pero esa contradicción se resolvía cuando uno atendía a la situacionalidad del público. La comunicación, en ese caso, funcionaba como mediación para habilitar otros diálogos. Además, en ese marco, seguía siendo central la figura del mediador territorial: el comercial que visitaba a los productores, que llevaba materiales, conversaba, dialogaba, en suma, construía lazos de confianza. Asimismo, el remate televisado no eliminaba el encuentro ni la dimensión social del intercambio. La feria cambiaba de formato, pero no desaparecía la necesidad de una base social de la comunicación.

– **GC:** Si tuvieras que pensar en los jóvenes de hoy, en las generaciones más cercanas a la tuya, ¿cuáles te parecen los grandes ejes a los que habría que prestar atención desde una mirada de comunicación y desarrollo?

– **AC:** Considero que hay incertidumbres muy fuertes que atraviesan a toda una generación. La cuestión laboral es central: muchas veces hay trabajo, pero poco empleo; o hay trabajo en condiciones muy precarias; o directamente no hay trabajo. En comunicación eso se ve con mucha claridad: demandas comunicacionales siempre existen, pero las condiciones de inserción laboral suelen ser inestables y/o precarias. A eso se suman las condiciones básicas: la vivienda, la dificultad para proyectar trayectorias de vida, los cambios en los modos de conformar núcleos familiares y, en general, una experiencia más frágil del futuro. Traigo estas cuestiones porque, si pensamos el desarrollo como un conjunto de cambios orientados a generar mejores condiciones de vida, entonces todas ellas son dimensiones centrales del desarrollo; y atañen a la formación



y a la práctica profesional del comunicador para el desarrollo. También me parece importante señalar que la dimensión cultural, entendida como la trama de significados intersubjetivos en la que acontece la vida en sociedad, suele quedar invisibilizada en muchos discursos y políticas del desarrollo, en general, y de la comunicación para el desarrollo, en particular. Y eso vale especialmente para las experiencias de comunicación para el desarrollo rural. Muchas instancias de comunicación vinculadas al mundo rural se concentran, como dijimos, en cuestiones productivas o tecnológicas, pero pocas reconocen las tramas sociales y culturales de esos territorios.

– **EC:** ¿Y cómo ves esto en la formación de los estudiantes? ¿Se entiende esto de la comunicación para el desarrollo?

– **AC:** Creo que se va entendiendo, de manera progresiva. Al comienzo, no necesariamente. Pero a medida que avanzan en sus trayectos formativos, los estudiantes empiezan a advertir que muchas de las problemáticas sobre las que terminan produciendo, gestionando o investigando en comunicación remiten, de hecho, a cuestiones del desarrollo, aunque no siempre las nombren así. Ahora bien, también veo un sesgo fuerte: se piensa mucho en la pieza comunicacional y eso lleva a soslayar el contexto de la comunicación. No es que se lo desconozca por completo, pero queda subordinado. Se formulan preguntas como “¿cuál es el público?” y enseguida la respuesta tiende a definirse desde la instancia emisora: “la sociedad”, “todos los que pueden ser receptores”, “todos los que me siguen en Instagram” y así por delante. Ahí aparece un sesgo tecnocéntrico: el público queda definido por la plataforma y no por una lectura situada de sus condiciones, significados y prácticas. Y eso es todavía más problemático si pensamos que, en la comunicación digital, en torno a la cual muchos de nuestros estudiantes encuentran sus primeras experiencias profesionales, cada perfil funciona casi como un átomo de recepción. Entonces, si ya sabemos que cada recepción es un mundo, apoyarse exclusivamente en la lógica de la plataforma vuelve más difícil construir una mirada relacional sobre la comunicación.

– **GC:** En definitiva, volvemos siempre a una misma cuestión: qué pasa con la gente, qué pasa con las condiciones concretas de vida, qué pasa con los territorios, sus actores y sus saberes.

– **AC:** Sí. Y es allí que emerge la noción del “conocimiento socialmente distribuido”, una noción que me parece muy fecunda para pensar los temas y problemas de la comunicación para el desarrollo. Cuando uno dialoga con distintos actores, encuentra saberes valiosos, diagnósticos precisos, experiencias acumuladas, sobre las múltiples dimensiones y escalas del desarrollo. El problema es cómo generar condiciones para que esos saberes puedan encontrarse, tensionarse y convertirse en “inteligencia compartida” capaz de consensuar alternativas de acción. Creo que ahí sigue habiendo una potencia muy fuerte para la comunicación para el desarrollo. Pero esa potencia ya no puede pensarse ni desde las promesas lineales del pasado ni desde la confianza excesiva en la tecnología que permea el presente. Su fuerza futura dependerá, más bien, de la capacidad de reconocer las heterogeneidades territoriales, de democratizar las propias condiciones de la comunicación y de volver a poner en el centro la producción de diálogos. Porque, al final, si la comunicación para el desarrollo tiene hoy una tarea, pasa por ahí: por construir mediaciones capaces de volver compartidos problemas que aparecen dispersos, atomizados o desigualmente visibles y, paralelamente, articular una inteligencia social generadora de horizontes y de las acciones necesarias para aspirar a ellos.

