

---

# COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: UNA REFLEXIÓN DESDE LA FAO

GERMÁN ROJAS\*

---

## **PALABRAS CLAVE**

*FAO, comunicación para el desarrollo, teorías de la comunicación, comunicación participativa, TIC.*

## **RESUMEN**

*El presente artículo comenzará haciendo referencia a las principales teorías de la comunicación que han iluminado el camino de evolución vivido por la comunicación para el desarrollo en estas últimas cuatro décadas, a continuación se referirá al trabajo que está realizando la FAO en la actualidad, en tercer lugar se dedicará una sección a las lecciones aprendidas, y se concluirá la reflexión aventurando algunas recomendaciones pensando en el futuro.*

## **ABSTRACT**

*This article will first make an introduction to the main communication theories that have been used along the communication for development evolution for the last four decades and will continue describing the FAO's work. Furtherly, a lecture will be dedicated to the lessons that have been learnt and a reflection will be concluded, also foreseeing some recommendations based in the future.*

---

\* El autor es Jefe de la Oficina de Información de la FAO para España y Andorra (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación).

## RÉSUMÉ

*Cet article se réfère aux principales théories de la communication qui ont illuminé le chemin de l'évolution vécue par la communication pour le développement dans ces dernières quatre décennies. À continuation, l'auteur présente le travail que la FAO réalise actuellement, et en troisième lieu consacre une section aux leçons apprises et propose, comme conclusion, quelques recommandations pour l'avenir.*

Al participar hoy en debates sobre comunicación para el desarrollo, llama mucho la atención el escuchar opiniones que se refieren a ella como si se tratara de una actividad que estuviese dando sus primeros pasos en el campo del desarrollo. A menudo se desconoce que se trata de un esfuerzo que ya lleva más de cuatro décadas de experiencia a sus espaldas. En el caso de la FAO, por ejemplo, el trabajo en comunicación para el desarrollo se inició en el año 1969, cuando se estableció en su organigrama una Unidad específica (Development Support Communication Branch) con la misión de ocuparse de esta tarea.

Lo nuestro –dado el mandato contenido en la Constitución de la FAO– fue dedicarnos a aplicar la comunicación a los desafíos que por aquel entonces enfrentábamos en el campo del desarrollo rural. Desde esos inicios, han transcurrido 40 años en el curso de los cuales la comunicación orientada al desarrollo rural ha tenido una evolución muy significativa. Ha pasado de ser un sistema unidireccional (vertical de arriba a abajo) en la transmisión de los mensajes que iban desde los agentes de extensión a los campesinos, hasta transformarse en un sistema que expresa un proceso social participativo, en el que los habitantes del mundo rural se comunican en una relación bi-direccional con los expertos en desarrollo, a través de la cual se comparte información entre individuos que son equivalentes y que se relacionan de manera horizontal.

Antes de entrar en el mérito de este artículo, hay que partir reconociendo que, en general, ha existido durante mucho tiempo un alto grado de confusión sobre que es “comunicación para el desarrollo”. A veces se le confunde con la política de comunicación y relaciones públicas, que normalmente usan los gobiernos para promover sus nuevos programas y dar a conocer las directrices de dichos programas. En otras ocasiones se reduce la comunicación para el desarrollo a esa función que cumple la comunicación educativa para la capacitación, que es usada en los programas de transferencia de tecnología que tienen por objeto transmitir conocimientos.

La verdad es que la comunicación para el desarrollo puede contener aspectos propios de las relaciones públicas y de la comunicación educativa, pero es mucho más que eso, ya que de lo que estamos hablando es de comunicación participativa que permite entender cómo diferentes grupos perciben problemas complejos y definen sistemas de negociación.

Para los efectos de esta reflexión, comenzaré haciendo referencia a las que me parecen son las principales teorías de la comunicación que han iluminado el camino de evolución vivido por la comunicación para el desarrollo en estas últimas cuatro décadas, en seguida me referiré al trabajo que está realizando la FAO en la actualidad, dedicaré en tercer lugar una sección a las lecciones que hemos aprendido, y concluiré esta reflexión aventurando algunas pocas recomendaciones pensando en el futuro<sup>1</sup>.

## **Teorías de la comunicación**

Respecto a las teorías de la comunicación comenzaré refiriéndome a tres paradigmas que, sin ser los únicos, me parece que han sido los más relevantes a lo largo de estos años. Sin embargo, es importante señalar desde el inicio que la comunicación para el desarrollo no ha tenido una evolución progresiva en la cual los nuevos enfoques han reemplazado a los anteriores. Por el contrario, las diversas teorías, conceptos y prácticas que se fueron formulando en distintos momentos históricos han seguido coexistiendo en este largo proceso que ha ido desarrollándose desde el modelo de difusión y persuasión hasta el modelo de participación y “empoderamiento”, más en boga actualmente.

Estos tres paradigmas o modelos corresponden a lo que llamaremos las teorías de la modernización, de la dependencia y de la participación.

### **a) Teoría de la modernización**

Después de la Segunda Guerra Mundial, el modelo de la información era entendido como una relación lineal entre emisores y receptores, con una participación muy limitada por parte de estos últimos. Este enfoque vertical de

---

1. En los 40 años de experiencia de la FAO, son muy numerosos los expertos nuestros que han dejado una huella indeleble en el progreso y los avances de este proceso social llamado “comunicación para el desarrollo”: Manuel Calvelo, Silvia Balit, Colin Fraser, Santiago Funes, Nelson González y tantos otros, hasta llegar ahora a expertos como Mario Acunzo y Riccardo del Castello que, junto a otros colegas, son quienes lideran los actuales desafíos de la FAO en este campo. Los contenidos de este artículo –cuyas limitaciones son de mi exclusiva responsabilidad– se basan en la experiencia y en los escritos de ese colectivo de personas. A todos ellos expreso mi agradecimiento por todo lo aprendido en estas décadas.

arriba hacia abajo para la difusión de innovaciones en el mundo en desarrollo se basaba principalmente en la idea de que las tecnologías y el conocimiento científico occidental eran de un valor superior al conocimiento local y por lo tanto tenían una validez universal. El Tercer Mundo, por lo tanto, tenía que seguir el modelo de Occidente para lograr su pleno desarrollo, lo que significaba abandonar su cultura tradicional, sus actitudes, y sus costumbres y creencias, porque ellas eran graves obstáculos para el desarrollo.

Según la teoría de la modernización, las herramientas de la comunicación eran fundamentales para la difusión de formas modernas de organización social, donde la alfabetización jugaba un papel de gran importancia. Detrás de esta concepción del mundo y de las cosas, el desarrollo era visto como un progreso continuo desde lo primitivo hacia lo moderno, ya que se asumía que las principales causas del subdesarrollo eran endógenas, por cuanto los pueblos del Tercer Mundo eran responsables de ser tradicionalistas, fatalistas y sordos a la innovación tecnológica.

De allí entonces que la teoría de la modernización pensara que se necesitaba un cambio social de gran envergadura, para lo cual la gente tenía que ser informada, persuadida y educada, y, por lo tanto, le atribuía a la comunicación para el desarrollo la posibilidad de ayudar a dicho proceso de cambio, ya que se entendía que si la gente cambiaba sus ideas, cambiaba también sus actitudes.

Manuel Calvelo, el más influyente de los expertos de FAO en comunicación para el desarrollo, afirmó en diversos escritos y cursos de capacitación que el modelo que se nos proponía entonces era el modelo “emisor - medio - receptor”, que tuvo sus orígenes en la Segunda Guerra Mundial y era usado para conducir bombarderos sobre territorios nazis. Se elaboraban órdenes criptográficas, para no ser entendidas por el enemigo, y se transmitían a través de la radio. El receptor decodificaba y cumplía las órdenes. Es un modelo vertical. El emisor que ordena y el receptor que obedece. Del que sabe al que ignora. Del que tiene el poder al desposeído. Este modelo fue transferido sin ningún cuestionamiento al campo académico y de aquí a la sociedad. Se le perfecciona con el concepto de “comunicación de doble flujo”, llamado también retroalimentación o “feedback”, que no es sino el proceso por el cual el emisor controla si su mensaje llegó como quería al destinatario.

En este marco de pensamiento, los primeros esfuerzos que realizó el Development Support Communication Branch de la FAO dirigido por Colin Fraser a partir de 1969 fue introducir el componente de la comunicación en los proyectos de campo, con el doble objetivo de a) informar, diseminar y motivar, y b) capacitar a los expertos de campo y a los campesinos.

Con el primer objetivo se trataba simplemente de informar a la gente de las zonas rurales sobre nuevas ideas, servicios y tecnologías, para mejorar su calidad de vida. Con el segundo objetivo, se pretendía mejorar las habilidades comunicacionales de los extensionistas de campo y facilitar la participación campesina en la identificación de sus propios problemas.

Las herramientas que desde entonces se han empleado han sido muy variadas y van desde la utilización de la radio hasta el uso de diapositivas, filminas, cintas de audio, rotafolios, obras de teatro a nivel de aldea, folletos, manuales y –a partir de los años 80– el uso del vídeo. Como algunas de estas herramientas permiten la retroalimentación por parte de quienes reciben la capacitación, pudiendo establecerse una relación bi-direccional, ellas han seguido siendo usadas a lo largo del tiempo.

## **b) Teoría de la dependencia**

La estructuración del sistema capitalista a nivel mundial compuesto por un “centro” y una “periferia” fue vista en los años 60 y 70 como la principal causa del subdesarrollo y la dependencia, ya que el centro dominaba completamente a la periferia a nivel político, económico, social y cultural.

Quienes formularon la teoría de la dependencia afirmaban que esta situación asimétrica podía sólo superarse a través de cambios estructurales radicales que permitieran una equitativa redistribución de los recursos. Alejándose del paradigma de la modernización, según esta nueva visión los problemas del subdesarrollo no eran internos sino externos a los países pobres, ya que se ubicaban principalmente en las inequidades propias del sistema económico internacional imperante.

Quizás la crítica más sustancial a la dependencia imperante es desarrollada por Paulo Freire, educador brasileiro, quien afirmaba que “cualquier situación en la que algunos individuos impiden a otros involucrarse en el proceso de información, es un acto de violencia. El alienar a los seres humanos de sus propios procesos de toma de decisiones es transformarlos en objetos.” (“Pedagogía del oprimido”, 1972). Los escritos de Freire tuvieron una gran influencia en la definición de las nuevas metodologías de comunicación para el desarrollo que se formulan en aquellos años.

Las limitaciones del modelo tradicional “emisor-medio-receptor”, poco a poco condujeron a la elaboración de un modelo más elaborado que es el de “interlocutor-medio-interlocutor”. Según este enfoque, se afirma que existe comunicación si –y sólo si– los mensajes que comparten los interlocutores son el

producto de un trabajo conjunto coordinado por un comunicador para el desarrollo. El comunicador pasa a situarse entre dos universos de interlocutores, los especialistas o los decisores políticos o científicos y los interlocutores de masa o sujetos del desarrollo y le corresponde producir mensajes claros, inteligibles y útiles para los destinatarios.

De esta forma, la comunicación se fue haciendo parte integral de los procesos sociales y políticos de desarrollo. Quizás el legado más importante del paradigma de la dependencia es que la comunicación comenzó desde entonces a ser vista como algo que la gente hace y no como algo que de manera paternalista se hace para ellos.

### **c) Teoría de la participación**

En los años 80 se cuestionó seriamente el enfoque vertical (“top-down”) que había prevalecido hasta entonces y empieza a desarrollarse un enfoque participativo que partía de las necesidades de los así llamados “destinatarios” de los proyectos.

El rol de la comunicación en este proceso es doble: por una parte, permite proveer información técnica sobre los problemas del desarrollo y sobre las innovaciones que son necesarias para responder a las necesidades locales y, por otra parte, difunde información sobre experiencias exitosas de desarrollo alcanzados por los grupos locales, de modo que otros grupos puedan beneficiarse de dichas experiencias.

El desarrollo es visto así en una dimensión más amplia y no solamente vinculado al desarrollo económico, ya que se trata de un enfoque mucho más humano, normativo, pluralista, orientado socialmente, y menos impositivo en cuanto a los objetivos de los programas y proyectos. Este enfoque permite llegar a la conclusión que de igual manera como no existe un modelo único de desarrollo, tampoco existe un modelo de comunicación válido para todas las situaciones.

La comunicación participativa favorece el trabajo “entre socios”, la multiplicidad, la pequeña escala, lo local, la descentralización, la flexibilidad institucional, el intercambio de roles entre emisor y receptor, la horizontalidad de la comunicación a todos los niveles y la interacción.

Mientras los modelos previos de comunicación dieron menor importancia al contenido, la comunicación participativa construye mensajes a partir de la investigación y de la sistemática evaluación de las necesidades de las audiencias a quienes van dirigidos tales mensajes. El énfasis está ahora puesto en el intercambio

de información y en el compartir conocimiento. Se recogen como nuevos conceptos que ya estaban presentes en los postulados pedagógicos de Paulo Freire, porque en lugar de presentarles a las audiencias problemas y soluciones definidos externamente, el diálogo social se transforma en la clave de la participación.

Así los que antes eran receptores pasivos de la información se transforman tanto en participantes activos en los programas de comunicación, como también en generadores de conocimiento. Ni más ni menos, la comunicación es ahora el proceso que hace posible que la gente se “empodere”, es decir, se transforme en actores líderes de su proceso de desarrollo.

## **El trabajo actual de la FAO**

En la última década, el trabajo de FAO en comunicación para el desarrollo se ha concentrado en tres funciones principales:

- Primero, facilitar la participación, es decir, comunicación participativa;
- Segundo, hacer que la información sea entendible y cargada de significado, o sea que la comunicación sirva para compartir conocimiento; y
- Tercero lograr que las políticas sean conocidas y relevantes.

La comunicación participativa, como se ha dicho, tiene por objeto dar voz a diferentes actores para que se incorporen al proceso de toma de decisiones. Hacer que la información sea entendible significa dar a conocer información con el propósito de capacitar, intercambiar experiencias y compartir conocimientos y tecnologías. Lograr que las políticas sean conocidas y relevantes implica la adopción y promoción de políticas de desarrollo a través del debate abierto, la incorporación de los intereses de aquellas personas más afectadas por la pobreza y otros problemas de desarrollo, y que idealmente las políticas se plasmen en leyes efectivas para la lucha contra la pobreza y en favor del desarrollo integral de las personas.

En términos de herramientas de comunicación, es importante hacer notar que en los últimos años se le ha dado mucha importancia a la promoción de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), que están consolidando rápidamente redes de comunicación global que tienen gran impacto sobre las personas en los países en desarrollo.

A primera vista, parece que las TIC ofrecen potencialmente oportunidades muy promisorias. Por una parte, existe una montaña de literatura que nos habla de los beneficios potenciales de las TIC como herramientas que pueden

traer una mejor calidad de vida a la gente, reduciendo la pobreza y facilitando el acceso a información relevante para mejorar sus condiciones de vida.

Sin embargo, hay todavía una gran falta de evidencia empírica sobre el impacto real de las TIC sobre las condiciones sociales y económicas en que vive la gente, sobre todo la de menores recursos. La realidad es que son poquísimos los proyectos que monitorean y evalúan el impacto que a nivel local producen las TIC.

Por el contrario, todo parece indicar que la brecha que separa a pobres y ricos (personas y países) en materia de TIC no cesa de aumentar. La FAO, por su parte, ha apoyado a nivel rural el uso de TIC para el desarrollo agrícola a través de telecentros rurales u otros instrumentos como cooperativas y asociaciones campesinas. En todo caso, todavía es inmensa la distancia que separa estas experiencias rurales de los avances que se van logrando a nivel de los centros urbanos.

En tiempos recientes el trabajo de la FAO ha ido privilegiando las alianzas con organizaciones de la sociedad civil y redes de comunicadores. Desde el punto de vista de los contenidos se pone énfasis en diversos aspectos, siendo los más relevantes los siguientes:

- la necesidad de que los gobiernos formulen políticas públicas de comunicación para el desarrollo,
- la capacitación de comunicadores y el fortalecimiento de capacidades a través de las universidades, y
- poner una gran atención a las relaciones entre comunicación y cambio climático por tratarse este último de un tema que atraviesa horizontalmente el conjunto de las políticas de FAO.

Según la experiencia de la FAO acumulada en estos últimos años, podemos decir que los principios básicos y la filosofía que guía el trabajo de comunicación participativa pueden resumirse de la siguiente manera:

- La comunicación es una herramienta de mediación que pone en contacto a diferentes grupos sociales para que discutan sus intereses y necesidades y lleguen a un consenso para la acción.
- Las tecnologías y los instrumentos de comunicación son herramientas en el proceso y no fin en si mismos.
- Hay que comenzar por escuchar a los hombres y las mujeres del campo y tomar en consideración sus perspectivas, necesidades, conocimientos, experiencias, culturas y tradiciones.
- Hay que buscar alianzas con todos los actores presentes en los procesos de desarrollo.



- Hay que hacer uso de todos los medios y canales de comunicación disponibles, ya sean modernos o tradicionales.
- Las herramientas de comunicación que se utilicen deben ser adecuadas a las condiciones culturales, sociales, económicas, ambientales y políticas de las áreas rurales de los países donde se actúa.

## Lecciones aprendidas

No es muy común realizar análisis sobre las lecciones aprendidas después de finalizados los proyectos de desarrollo. Mucho más difícil es hacer análisis para evaluar las políticas de comunicación para el desarrollo después de cuatro décadas. Por su parte, la FAO ha realizado parcialmente este ejercicio a nivel de proyecto, habiendo identificado hasta la fecha –sin ser exhaustivos en esta materia– las siguientes ocho lecciones que nos parecen dignas de destacar:

1. *La comunicación participativa debe ser parte integrante de los proyectos desde sus inicios.* Si el objetivo de las acciones de desarrollo es lograr que los pobres mejoren su condición, el esfuerzo debe comenzar en el contexto donde ellos viven, y no en la oficina de planificación ni en la institución de investigación, ni tampoco debe desarrollarse a partir de teorías elaboradas por organizaciones y personas alejadas de la realidad donde actúa el proyecto.  
El punto no es que los campesinos sean los mejores expertos en planificación a nivel macro, pero por lo general sí son ellos los que están en mejores condiciones de decidir si los objetivos son válidos a nivel local. Desgraciadamente, muy a menudo sucede que cuando se define un componente de comunicación para un proyecto, este componente es tratado como un agregado de materiales que hay que realizar para apoyar los objetivos del proyecto, los que podrían estar perfectamente equivocados.
2. *El conocimiento y las prácticas de la población indígena deberían estar presentes desde un comienzo.* La afirmación de que se debe iniciar con lo que la gente ya conoce y construir a partir de lo que tiene, lleva implícita la noción de que el conocimiento indígena puede otorgar un entendimiento diferente y mucho más preciso de los problemas reales de la gente a quienes van dirigidos los proyectos.
3. *Se debe usar en lo posible más de una herramienta de comunicación* porque permite transmitir los mensajes desde diferentes perspectivas y porque hay personas que son más receptivas a un tipo de medio que a otro, por ejemplo, al preferir los medios visuales que el audio o viceversa.
4. *Hay que proveer adecuado financiamiento para los componentes de comunicación y aprendizaje.* Por lo general se estima que hay que

dedicar a este componente entre un 5 y un 10% del presupuesto total de un proyecto, pero mientras más grande es el proyecto, menor será la proporción que debe ser dedicada al componente de comunicación. Y a mayor uso de nuevas tecnologías (TIC) en los proyectos, mayor debe ser la necesidad de financiamiento.

5. Como la creación de capacidades humanas toma tiempo, por lo general es recomendable que los proyectos que incluyen el componente de comunicación para el desarrollo tengan una *duración de más de 5 años*.
6. Dado el creciente proceso de feminización de la agricultura, cada vez es más relevante que las estrategias de comunicación y los contenidos que se transmiten como mensajes *tomen en consideración la perspectiva de género* y los problemas específicos que enfrentan las mujeres rurales.
7. La *evaluación orientada a los resultados* es de gran utilidad para saber el impacto real que el componente de comunicación ha tenido en la ejecución de los proyectos.
8. La utilización de las TIC debe estar *respaldada por una evaluación de necesidades realizada previamente al inicio del proyecto* y deben pasar por un *proceso de capacitación de los actores locales* a fin de determinar su potencial conveniencia para el desarrollo rural.

## Recomendaciones para el futuro

A partir de la experiencia del trabajo de la FAO quisiera formular unas pocas recomendaciones para el futuro que pudieran ser de utilidad para todos quienes trabajan en el campo de la comunicación para el desarrollo.

1. La necesidad de una política de Comunicación para el Desarrollo. Es indiscutible que la existencia de políticas gubernamentales de comunicación para el desarrollo a nivel nacional, intermedio y local, contribuiría a aumentar significativamente el impacto de proyectos y programas. Los países que poseen dichas políticas están mucho mejor situados para desarrollar buenos proyectos de campo. La existencia de un ambiente que promueve la comunicación para el desarrollo ofrece una posibilidad para que los expertos y quienes practican este tipo de comunicación puedan exigir la inclusión de ella a distintos niveles del proceso de desarrollo (planificación, ejecución, monitoreo y evaluación). Desgraciadamente, lo que tiende a predominar hoy es la falta de políticas de comunicación para el desarrollo, debido principalmente a la falta de voluntad política de asignarle una alta prioridad a la lucha contra la pobreza, causa principal de la inmensa mayoría de los problemas del desarrollo.

2. La importancia de promover y reforzar alianzas. En el análisis de distintas experiencias hemos constatado que se realizan muy variados tipos de esfuerzos y que a veces les lleva a los países mucho tiempo darse cuenta de la importancia de llevar a la práctica alianzas entre diversos actores (gubernamentales, organismos internacionales, ONG y organizaciones de la sociedad civil, académicos, etc.) que están llamados a participar en las iniciativas de comunicación para el desarrollo. De allí que sea muy importante buscar alianzas con todos los actores para el éxito de los proyectos de campo.
3. Desarrollo de capacidades para los tomadores de decisiones y para los profesionales de la comunicación. La experiencia ha demostrado que quienes toman las decisiones se sienten cómodos con la idea de que la comunicación se aplica principalmente a las relaciones públicas, a la información y a la creación de conciencia, sin entender que eso no es comunicación para el desarrollo. Y tampoco comprenden la necesidad de planificar la comunicación para hacer viable un proyecto. Esta falta de conocimiento puede resultar en una gran confusión entre “comunicación para el desarrollo” y “herramientas de comunicación” y presenta tal vez la mayor barrera para la implementación de buenos proyectos de desarrollo. De allí que sea muy importante ampliarle a los tomadores de decisiones la visión a todas las posibilidades que van desde las relaciones públicas hasta la comunicación participativa.

Por otra parte, no es menos importante la urgente necesidad de desarrollar equipos de especialistas en comunicación para el desarrollo que estén bien capacitados. En todas las regiones en desarrollo, hay una inmensa escasez de expertos en comunicación debidamente capacitados. A lo que también se suma una cierta confusión sobre lo que significa en términos concretos la comunicación para el desarrollo lo que dificulta entre las distintas regiones encontrar un lenguaje y una terminología común para explicar el significado de los procesos de comunicación. De aquí la necesidad de implementar programas de capacitación a diversos niveles.

4. Compartir historias y experiencias. El intercambio de historias y experiencias exitosas es una gran herramienta para sensibilizar a los escalones políticos sobre la importancia de la comunicación para el desarrollo. De particular interés en el futuro será el compartir mecanismos exitosos para crear espacios de diálogo y cambio entre los comunicadores y quienes adoptan las decisiones. Siendo verdad aquello de que “sin comunicación no hay desarrollo”, también es cierto “que si no se llega a los círculos donde se adoptan las políticas no hay mensaje”.

## Conclusión

Hace mucho tiempo atrás, Manuel Calvelo afirmaba que la comunicación es condición imprescindible, aunque no suficiente, para generar un desarrollo endógeno, autogestionado y sustentable. Y esta conclusión sigue siendo válida hoy. Es por ello que todos los actores de los procesos de desarrollo, ya sean los decisores que establecen políticas, los expertos internacionales y quienes participan en las instituciones que implementan los proyectos, los investigadores, los ejecutores técnicos de las políticas decididas y los destinatarios de dichos proyectos y políticas, deben tener un conocimiento básico de qué cosa es la comunicación para el desarrollo.

Por su parte, Silvia Balit afirmaba que “la comunicación para el desarrollo es un proceso social por medio del cual se comparten ideas, conocimientos y habilidades en el contexto de una iniciativa de desarrollo. Su función es facilitar la participación y la construcción de consensos para la toma de decisiones y para implementar acciones de desarrollo que tomen en consideración los intereses, las necesidades y las capacidades de todos los actores”.

Desde hace mucho tiempo que la FAO insiste en que es importante evitar errores que hasta hoy se dan en la comunicación para el desarrollo: no es cierto que el que sabe hacer, sabe enseñar lo que hace; no es cierto que porque sabemos hablar, sabemos comunicar; no es cierto que enseñar es sinónimo de aprender. En estos errores se fundamentan muchas de las limitaciones experimentadas por numerosas intervenciones a favor del desarrollo.

Manuel Calvelo siempre nos recordaba en sus enseñanzas que debíamos partir de un viejo refrán campesino: si lo oigo, lo olvido; si lo veo, lo recuerdo; si lo hago, lo aprendo. Los hombres y mujeres del campo, nos decía Calvelo, son interlocutores en la etapa de determinación del contenido, son participantes realizando aportes en forma libre y voluntaria en el proceso interactivo y son usuarios de los conocimientos rescatados y nuevos que le proporciona el proceso de enseñanza/aprendizaje. La relación es horizontal. El trabajo se puede hacer en condiciones de analfabetismo, multilingüismo, masividad y dispersión. Supone estar preparado para modificarse en el proceso. Implica confianza en el otro. Se excluye la fuerza, la imposición. No se trata de convencer, sino de seducir, de lograr motivar, de hacer participar, de invitar a un proyecto común y de aprender a construir juntos los deseos sociales mediante acuerdos profundos.

A través de los largos años de experiencia, en la FAO estamos convencidos que “el saber”, que definimos como la integración de la sabiduría tradicional y el conocimiento científico moderno, es una condición imprescindible en los

proyectos de desarrollo. El desarrollo es humano y no consiste en un “estar” mejor, sino en un “ser” mejor, simplemente.

Y para concluir, quisiera quedarme al menos con una frase de Paulo Freire y que es de una inmensa profundidad: “*alfabetizarse no es aprender a repetir palabras, sino aprender a decir su palabra*”, lo que traducido al lenguaje del siglo XXI quiere decir, tal como lo afirmamos en el Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo del año 2006, que la comunicación es un derecho y no sólo una estrategia de desarrollo.