

Planificación Estratégica Comunicacional y Ruralidades: Aportes para nuevas configuraciones en la Organización e Implementación de Proyectos de Desarrollo.

CAMARDA Paula (SEIE)

Introducción

El tiempo en que nos encontramos en esta escritura es un devenir extraño, crítico, de pandemia y aislamiento, de reconfiguraciones materiales y simbólicas.

Imposible comenzar diálogos, reflexiones y plasmar encuadres analíticos y teóricos desde los cuales abordar los temas que aquí nos convocan sin dar cuenta de este marco temporal.

La propuesta de este capítulo consiste en establecer un conjunto de ejes que se integran para redimensionar en este contexto único, los sentidos y significados de conceptos claves para todo Proyecto de Desarrollo. En este sentido entonces, se articulan las nociones de Ruralidad/Ruralidades, lo virtual y lo fuera de línea en lo que denominamos hoy sociedades en Red, las posibles respuestas de modelos híbridos, los territorios sus definiciones y las formas en que allí acontecen las constituciones identitarias, los actores políticos y económicos que deben integrarse y los tipos de brechas existentes en torno a las TIC.

Pero también es pretensión de este escrito, dar cuenta dos aspectos centrales para la implementación efectiva de todo proyecto: La “Planificación Estratégica Comunicacional” integrada en el diseño de la elaboración de proyectos y la “creatividad” como componente sustantivo para la gestión y la innovación en el marco de las políticas y programas.

Ruralidades. Una mirada desde la Comunicación

En las últimas décadas, las configuraciones espaciales, sociales y culturales se han visto modificadas de maneras disímiles en relación al desarrollo exponencial de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). La forma en que nos comunicamos, los modos en los que nos expresamos y constituimos, los modelos y metáforas a través de las cuales damos sentido a nuestra cotidianidad como así también los modelos de producción y trabajo, la salud y la educación se constituyen en un contexto mediatizado por herramientas tecnológicas.

Los espacios y territorios también se determinan a través de esta mediatización y las definiciones conceptuales han sido redimensionadas de forma tal de complejizar los esquemas de análisis. Los espacios Rurales cuentan con un conjunto de características a través de los cuales se identifican pero ya no tan nítidamente asociamos solamente lo rural con lo agropecuario y existe una amplia y creciente convergencia e interacción entre características que solíamos tipificar destinadas al campo y ciudad.

El tejido rural hoy debe pensarse en términos amplios y multidimensionales y nos invita a definirlo en plural. Hablamos entonces de “Ruralidades” para dar cuenta de las mutaciones que acontecen en las sociedades atravesadas por las mediaciones tecnológicas.

Cuando definimos las Ruralidades también referenciamos un territorio. Es preciso señalar que el “territorio” debe ser comprendido holísticamente, como un espacio de inscripción a la cultura donde se constituye. Allí cada comunidad se vincula, se apropia del espacio y establece el conjunto de representaciones a partir del cual se identifica. “Los territorios son parte del conjunto de representaciones colectivas que dan a las conciencias étnicas y son marcos, no solo físicos sino también simbólicos, para la experiencia grupal; un territorio es el resultado de la articulación entre una población con su espacio”

Es en los territorios donde se conforman las identidades. Una de las mayores mutaciones de nuestro presente en torno a los flujos de información y comunicación, es la transformación de las identidades colectivas, las maneras en que nos percibimos como individuos en el entramado social de una comunidad y las relaciones con el resto de los grupos e instituciones.

El territorio excede las definiciones geográficas como construcción integral e histórica que realizan los sujetos: “(como los pueblos), actores (como los grupos de interés) e instituciones sociales (como la familia, la comunidad, el gobierno local o el Estado en su conjunto) que se expresan como formas de organización social, redes y tejidos sociales, formas de acción colectiva, que inclusive se articulan en la escala regional, nacional y transnacional, con cohesiones y conflictos, con solidaridades territoriales y trans-

territoriales, con relaciones convergentes y divergentes que despliegan en la cotidianidad sus paradigmas, saberes y sentidos comunes, experiencias de vida, racionalidades, pedagogías¹.

Appadurai establece que para definir los cambios del presente, es preciso generar una “teoría de la ruptura”. Dicha ruptura indica a su vez, la necesidad de tomar los medios de comunicación y los movimientos migratorios (así como sus interrelaciones) como los dos principales ángulos desde donde ver y problematizar el cambio, explorando los efectos de ambos fenómenos.² **En este marco**, la definición de “Ruralidades” como territorios materiales y simbólicos, como espacios de producción y comunicación, abarcan en nuestra contemporaneidad un conjunto de identidades híbridas, definidas en el juego de lo presencial y lo digital, de las experiencias en el mundo de lo tangible y en el universo virtual.

No contamos hoy con límites tajantes que puedan definir sociedades rurales con características unívocas (deberíamos preguntarnos si alguna vez las hubo) pero no podemos negar que en este tiempo las mediaciones tecnológicas nos presentan metamorfosis permanentes a estamentos que en otros momentos se sostuvieron en el marco de las generalidades compartidas: lo que solíamos dibujar en los cuadernos de clase para describir el campo y la ciudad, ameritaría hoy una intersección interesante entre esas columnas que nos daría por resultado un mosaico de identificaciones, tareas, relatos, trabajos, desarrollos y cosmovisiones.

Resulta enriquecedora la metáfora del “Paisaje” que utiliza Appadurai para caracterizar las sociedades. Nos permite visibilizar que lo que entendemos como el conjunto social- al igual que los paisajes- no son estáticos sino que mutan. Y lo que tienen en común es ser construcciones resultantes de las situaciones históricas, culturales, políticas y lingüísticas, de diversos actores involucrados: *“Estados Nación, corporaciones multinacionales, comunidades en diáspora, así como también grupos y movimientos contenidos en la nación (ya sean de índole religiosa, política o económica) y hasta pequeños grupos caracterizados por la naturaleza íntima y una forma de relacionarse cara a cara, como sería el caso de pueblos pequeños, barrios y familias”* ³. **Las**

¹ Sosa (2012) M. (2012). *¿Cómo entender el territorio?* Recuperado de: <https://cpalsocial.org/documentos/419.pdf>

² Appadurai, 2001:6 en CAMARDA, P. (2016). Ruralidades, educación y TIC. Desafíos urgentes para las políticas públicas educativas de integración de TIC. Recuperado de: http://www.tic.siteal.iipe.unesco.org/sites/default/files/stic_publicacion_files/siteal_tic_cuaderno_ruralidades.pdf

³ Appadurai, 2001:43, Op. Cit.

identidades de las ruralidades se conforman en el contexto multidimensional de los territorios, en una argamasa de de características compartidas y disímiles entre las ruralidades locales y regionales como así también las urbanidades.

Es preciso dar cuenta entonces, en principio de estas características de época, a la hora de analizar, establecer, definir, planificar e implementar **cualquier proyecto de desarrollo en el marco de las Ruralidades.**

Es momento de introducir un concepto fundamental que terminará confluyendo en lo que al inicio se plantearon como ejes centrales para la implementación efectiva de todo proyecto, a saber, lo que entendemos por **“Comunicación”** y la necesidad de extrapolar su red discursiva como noción teórica.

La Comunicación, desde la perspectiva cultural más reciente, es valorada por su aporte al cambio social y a la construcción de las esferas públicas. Por ende, implica redimensionar las reflexiones sobre las construcciones de los mensajes, sus imbricaciones en lo social, el lugar de las políticas y la forma en que se establecen con los aportes de la teoría comunicacional y de manera profunda y sistemática, revisar las conexiones entre cultura y política, la comunicación y relatos, las identidades y las representaciones.

Comunicación y comunidad constituyen un binomio que conforma un proceso comunicativo en el que se amalgaman soportes tecnológicos, recursos materiales, procesos discursivos y alteridades simbólicas. “Se trata entonces de una compleja trama que involucra dimensiones emocionales, intelectuales, afectivas, prejuicios, normativas, memorias, imaginarios e incluso el supuesto de que sería lo “previo”, si lo colectivo o lo individual”.⁴

Desde esta trama es que se establece el papel central que cumplen las TIC en sus variantes y dimensiones discursivas para determinar las formas en que se representan las identidades y los territorios definiendo la visibilidad de un conjunto de realidades, acciones y aconteceres en ausencia de otros. **La comunicación es concebida como el acto que constituye una dimensión elemental de la vida en sociedad, las relaciones que se establecen, los códigos comunes, y la complejidad que estas relaciones subjetivas y sociales conllevan a la hora de desarrollar todo proyecto de desarrollo.** *“El desarrollo es una intervención cultural, aunque el*

⁴ Entel Alicia ENTEL, A. (s.f.a). *Comunicación y comunidad*. Recuperado de: <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/Entel-Alicia-Comunicaci%C3%B3n-y-Comunidad.pdf>

problema atendido sea económico y puntual”, nos señala Rosa Alfaro Moreno: será preciso en este marco dar cuenta de las dualidades, “desmontando nuestra propuesta desde LOS OTROS y redefinir desde ellos nuestras pretensiones. Es decir, elaborar contraproyectos. No solo nos motiva un respeto por las diferencias, sino posibilitar un verdadero diálogo e intercambio cultural con menos entredichos.”⁵

A la hora de establecer proyectos de desarrollo en y para los espacios rurales, debemos tener en cuenta este conjunto híbrido de realidades. La Comunicación será el vehículo a través del cual se pongan en diálogo las heterogeneidades de estos espacios, las diversas cosmovisiones, las representaciones sobre un mismo objeto (proyecto) y los intereses. La comunicación hará posible la amalgama entre la multiplicidad de sujetos e identidades. Alfaro habla de -espacio de comunicación- : “no como lugar físico donde los sujetos están, aunque lo incluye, sino al sitio simbólico donde se producen las interlocuciones y que contienen ya tipos de situaciones, relaciones y valoraciones”.⁶ Y esto refiere también al “momento comunicativo” que encuadra lo simbólico y material del espacio-tiempo en el cual un proyecto busca implementarse.

La perspectiva comunicacional y su incorporación como eje nodal fortalece procesos de simetría en el acceso a las posibilidades de desarrollo al integrar al conjunto de la comunidad y favorece situaciones específicas de metodologías propias de las Ruralidades, facilita el empoderamiento de las comunidades en el sentido democrático de la comunicación, la visibilidad, la difusión y la construcción subjetiva y ciudadana y de proyectos de crecimiento. Da cuenta de la necesidad de volver a mirar, de de-construir para generar nuevos discursos sobre lo que entendemos por Ruralidades, lo que subyace como metáfora previa de construcción de sentido, lo que refuerzan los medios de comunicación y cuánto de esto se reproduce en las proposiciones de proyectos.

De esta manera, los procesos de planificación de cualquier organización en las Ruralidades podrán fortalecer la heterogeneidad de las comunidades, las necesidades en torno a su desarrollo productivo laboral y de nuevas dimensiones de las construcciones identitarias de los territorios.

⁵ ALFARO, R. (2015). *Una comunicación para otro desarrollo para el diálogo entre el norte y el sur*. Disponible en: https://issuu.com/calandriaperu/docs/una_comunicaci__n_para_otro_desarro.

⁶ Alfaro Moreno Rosa María: LA COMUNICACIÓN COMO RELACIÓN PARA EL DESARROLLO Rosa María Alfaro Moreno, en UNA COMUNICACIÓN PARA OTRO DESARROLLO, CALANDRIA, LIMA, 1993, PÁGS. 27-39]

Se mencionó en este escrito, los cambios que las TIC establecen en nuestro presente y determinan a futuro en los ámbitos individuales, sociales, culturales y económicos.

En este sentido sabemos que a pesar de los esfuerzos de los gobiernos en las últimas décadas, en Latinoamérica las brechas de acceso a la tecnología siguen siendo altamente significativas las cuales se amplían en los sectores vulnerables que resultan en muchos casos, coincidentes con los espacios rurales.

Vale introducir en este marco de implicancias en los proyectos para las Ruralidades y en contextos con desigual acceso a la tecnología, los **tres desafíos de la digitalización que Raúl Katz define a la hora de trazar los aspectos a tener en cuenta para la implementación de políticas digitales en la región: 1. Marginalidad y desigualdad en el acceso 2. Desarraigo cultural en contenidos digitales 3. Brecha de capital humano**⁷.

Somos conscientes de la brecha de acceso en tanto falta de conectividad y pisos tecnológicos, pero tan importante como esta brecha es aquella que se relaciona con el capital cultural y la falta de producción de contenidos propios. No podemos dejar de mencionar las brechas de género que en términos de acceso a TIC hoy siguen desfavoreciendo a niñas jóvenes y mujeres adultas.

Estudios recientes siguen dando cuenta de la brecha de acceso entre los ámbitos urbanos y rurales, pero también otros estudios cualitativos señalan que “la distancia generacional es más relevante que la brecha territorial, debido a que los jóvenes no enfrentan barreras psicológicas negativas para incorporar el uso de las nuevas tecnologías. Así, en relación con el vínculo y la adopción de nuevas tecnologías, ser joven resulta una marca de identidad más fuerte que el hecho de ser rural.⁸

Estos temas deben ser tenidos en cuenta en el marco del desarrollo de proyectos, de manera tal de articular y dar respuesta a las vacancias que se conforman a partir de más de una variable o situación y complejizar los sistemas de indicadores para el desarrollo de proyectos. A su vez, convoca a la integralidad y multiplicidad de actores de ámbitos público y privados y sectores de la economía para un abordaje integral que

⁷ Katz Raúl: TIC, DIGITALIZACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS. En “Entornos Digitales y Políticas Educativas. Dilemas y Certezas. IIPE UNESCO. Lugo María Teresa coordinadora

⁸ Mujeres rurales, IIPE, 2014:216.

tenga en cuenta el **acervo cultural, las necesidades y posibilidades económicas y el desarrollo social de cada región, determinando responsabilidades, costos, temporalidades y formación.**

Se han integrado hasta aquí algunos aspectos en relación a las formas complejas de definir y concebir las Ruralidades como ecosistemas híbridos para abordar proyectos de desarrollo que necesitan contener información precisa sobre las cosmovisiones de cada espacio y conocer las alianzas estratégicas existentes y vacantes entre los actores del sistema. La mediatización de las tecnologías y las representaciones que subyacen a sus construcciones van permeando lo que concebimos como cotidiano, las formas en que conocemos, las emociones y nuestras acciones en consecuencia. En este sentido damos cuenta de la Comunicación como nodo constitutivo de todo proyecto de Desarrollo.

Planificar, implementar, crear: Un desafío a la invención

Se daba inicio a este artículo dando cuenta del momento de crisis que atravesamos a partir de la pandemia COVID-19. Todo proyecto en marcha o en proceso de planificación se encuentra atravesado por esta realidad.

Es por ello también que desde este escrito, se refuerza el sentido de la Planificación Estratégica Comunicacional, en términos de ser un eje significativo a la hora de definir y establecer los sentidos de un proyecto de manera conjunta.

La Planificación Estratégica Comunicacional se enmarca en lo que Carlos Matus creó y llamó PES: **Planificación Estratégica Situacional**. Esta metodología es producto de una creación progresiva y lenta en el tiempo. Es un método y una teoría de la Planificación Estratégica Pública, “la más nueva de las ramas de la planificación estratégica” Los temas que aborda se vinculan con los problemas públicos y es aplicable a cualquier organismo. **Este tipo de planificación reconoce un juego entre actores, y el concepto de situación es clave para entender al otro: cada actor impregna la situación y realiza su propia lectura sobre ella.**

En el PES, los problemas se procesaron a partir de cuatro acciones:

1. Explicar cómo nace y se desarrolla el problema
2. Hacer planes para identificar y dirimir las causas del problema mediante operaciones
3. Analizar la viabilidad política del plan o ver la manera de construirle viabilidad
4. Resolver el problema en la práctica realizando las operaciones planificadas.

Todo proceso de planificación se desarrolla en un contexto social y económico históricamente determinado, que se caracteriza por ciertos rasgos que lo definen como tal y que marcan la orientación y contenidos posibles de la planificación.

Planificar requiere de una coherencia integral que asume la incertidumbre y el análisis situacional del conjunto de actores, de sus intereses y sus representaciones, de los recursos disponibles y de las alianzas estratégicas que determinan la viabilidad de la implementación de todo proyecto de desarrollo. En un contexto de crisis y pandemia, resulta vital trabajar con planificaciones en situación, con alto rigor teórico, con información precisa y robusta y con la flexibilidad de sortear aquellas situaciones inesperadas que se presente en el devenir de la implementación de proyectos.

La comunicación viene entonces a cumplir “la función vital para la organización, de garantizar que la gestión de la información y la comunicación sirvan a los fines del cumplimiento de proyectos. Esto contribuye a la construcción de una visión compartida y dar a la información el carácter de un bien colectivo que sirva para la toma de decisiones, el conocimiento y comprensión de la tarea. Podemos afirmar que sin información y comunicación simplemente esto no acontece dado que: “lo que no se comunica no existe”.⁹

Una Planificación Estratégica Comunicacional asume una visión sobre los interlocutores como constructores de una comunidad de sentido. Se ha señalado en este capítulo, el carácter multidimensional del territorio en el que transita una visión que toma lo ambiental, lo económico, lo social, lo político institucional y lo cultural interactuando y dando forma a la conformación del mismo. La comunicación es estratégica cuando se construyen espacios de comunicación que incrementan las oportunidades para el desarrollo de competencias dialógicas, de cogestión y autogestión.

La Planificación estratégica comunicacional, es una apuesta novedosa en función de fortalecer los mecanismos de visibilidad, representación, demanda ciudadana social, económica y cultural desde las heterogéneas y disímiles realidades. Esto nos interpela a repensar categorías y cosmovisiones para avanzar hacia conceptos complejos que como también se señaló, permitan concebir a las “Ruralidades” como espacios que comparten algunas características comunes pero albergando situaciones y cosmovisiones

⁹ JARAMILLO, J. (2011). ¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? El arte del ajedrecista. En *Comunicación Estratégica o Estrategias de Comunicación, he ahí la cuestión del DIRCOM*. Ponencia presentada en el VII Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional, Cali, Colombia. Recuperado de: <https://www.google.com.ar/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=oahUKEWjqtvWotrLPAhUMjpAKHYDPBdwQFgghMAE>

heterogéneas y que abren fugas constituyendo “ecosistemas sociales complejos”. Articula a su vez, el conjunto de actores necesarios para el desarrollo de todo proyecto con un sentido “en común”.

Y es en este marco de Planificación Estratégica Comunicacional y de momentos de incertidumbre que se suma un componente vital en todo proyecto de desarrollo: “la creatividad”. Alicia Entel señala que “es posible afirmar que teóricamente la creatividad está en la base de las prácticas culturales. Las prácticas creativas constituyen el sustrato diferencial del ser humano con respecto a otros seres vivientes. Ese sustrato diferencial es la producción de cultural, la construcción de orden simbólico la capacidad de transformación del entorno y de sí mismos”¹⁰

Hablamos entonces de creatividad en términos de planificación estratégica comunicacional para establecer las etapas de un proyecto. Creatividad para abordar las dimensiones de los sistemas de indicadores de información, creatividad para articular actores económicos fundamentales, Estados nacionales, locales, el mercado, las organizaciones, la academia.

Desde una visión integral y asumiendo que cada proyecto atenderá las especificidades de su propuesta, las reflexiones y analíticas aquí expuestas intentan dar cuenta que asumiendo estos ejes se podrán promover y fortalecer aspectos tales como:

- **Complejizar la integración de TIC** desde una perspectiva integral, en el marco de una Planificación Estratégica Comunicacional, que articule dimensiones y propuestas que tengan en cuenta los escenarios territoriales, el acceso a la conectividad, las variantes de la comunicación y la participación.
- **El empoderamiento de las identidades, la revalorizar de la participación y los testimonios locales.**
- **El diálogo en común con los sectores que integran las distintas aristas de un proyecto como así también las áreas vinculadas aunque no estén directamente involucradas en el mismo.**
- **El diálogo a nivel de Estados nacional, subnacional y transnacional.**
- **La visibilidad y comunicación de las implicancias del proyecto y la capacitación a través de distintos medios, soportes y herramientas:** la

¹⁰ Entel Alicia: Los avatares de la creatividad en tiempos de las culturas. Fundación Walter Benjamin. (2015) disponible en <https://sociales.unc.edu.ar/sites/default/files/Programa%20Comunicaci%C3%B3n%20y%20Pr%C3%B3cesos%20Culturales%20I%20-%20Entel.pdf>

comunicación excede el mensaje o una pieza comunicacional y conforma el espacio de sentido de todo proyecto. La selección de las herramientas irán acorde a los interlocutores, a la disponibilidad tecnológica y a las innovaciones. Esto nos invita a pensar distintos modelos de comunicación y capacitación sobre un proyecto: modelos híbridos, con propuestas on- line y of- f line. Como ejemplo, en el ámbito educativo, proyectos tales como “Primaria Digital” o las “Aulas Tecnológicas de las Secundarias Rurales mediadas por TIC”¹¹, dieron respuesta a la falta de conectividad a través de la creación de propuestas multimedia y de navegación a través de la creación de una intranet. **Esto no desconoce bajo ningún aspecto el sentido de derecho del acceso a internet**, pero genera propuestas alternativas de comunicación y prácticas pedagógicas mosaico, multimedia, de formas de capacitación y producción con y sobre diversos lenguajes. **Un modelo híbrido alberga instancias “fuera y en línea” a la hora de pensar instancias de comunicación y capacitación de proyectos.**

- Favorecer la búsqueda de información por complejidad temática, categorías y sentidos sobre los proyectos.
- Promover la producción de conocimiento en los sujetos participantes de los mismos.
- Fortalecer la formación integral de los gestores de proyectos en las Ruralidades en pos de generar capacidad anticipatoria y estratégica en planificación situacional.
- Favorecer la ruptura de roles y trayectos establecidos basados en estereotipos (género y condición social, fundamentalmente) dando lugar al empoderamiento de jóvenes, mujeres y sectores tradicionalmente relegados.
- Generar propuestas de socialización de estrategias y acciones y Redes de sistematización de proyectos para establecer una “Memoria de acciones” ó “Bancos de Experiencias”. Esta sistematización se basa en la necesidad clave de todo proyecto de genera **diagnósticos y evaluaciones** para la valoración y corrección de proyectos en curso y la implementación de nuevas propuestas. **La Planificación estratégica comunicacional con eje en**

¹¹ Para mayor información: TIC Y ACCESO: Secundarias mediadas por TIC en parajes rurales. Diciembre 2015; Duro Elena, Lista E y Camarda P. UNICEF. Actualización: http://baseries.flacso.org.ar/uploads/productos/1246_01.pdf
Primaria Digital: <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL004936.pdf>

territorios adquiere un rol preponderante para el crecimiento sostenido de las acciones de toda organización institucional.

La imaginación y la invención serán dos herramientas indispensables en pos de resignificar el conjunto de acciones para todo proyecto en el marco de este inédito contexto de pandemia, para generar propuestas que logren garantizar - cada una desde su especificidad temática- integrar la compleja heterogeneidad en las que se conforman las “Ruralidades” y que hoy nos desafían a un trabajo **complejo, analítico, riguroso y creativo a la vez**. La imaginación “posee un sentido proyectivo, el de ser un preludio a algún tipo de expresión sea estética o de otra índole. La fantasía se puede disipar, pero la imaginación, sobre todo cuando es colectiva, puede ser combustible para la acción”.¹²

Quedan aquí plasmadas entonces las ideas en torno a la **Comunicación** en clave de Comunidad en pos de ampliar los imaginarios, las proyecciones las ideas, las alianzas y la **Creatividad** como disparador para la invención. Será a partir de un trabajo colectivo y de un pensar y trabajar “entre todos” que podremos establecer proyectos significativos y plausibles de implementar.

Las reflexiones, propuestas y marcos teóricos abordados cobrarán aún más sentido a la hora de integrarse con el conjunto de temáticas a las que nos convoca este libro. Será en el marco de un desarrollo colectivo que podremos fortalecer los proyectos para las Ruralidades Argentinas.

¹² APPADURAI, A. (2001). *La modernidad desbordada*. Recuperado de: - <http://catedras.fsoc.uba.ar/reigadas/pdf/Biblioteca/Textos/Appadurai.La.modernidad.desbordada.PDF>