

- Alejandro Barranquero
Málaga

Concepto, instrumentos y desafíos de la edu-comunicación para el cambio social

Concept, instruments and challenges of media education for social change

Pese a su extensa tradición en otros contextos geográficos, el campo de la edu-comunicación para el cambio social es prácticamente desconocido en nuestro país, por lo que sigue siendo infrautilizado por parte de organizaciones y profesionales comprometidos con el desarrollo. El artículo ofrece una aproximación histórica al concepto y describe sucintamente algunas de sus principales metodologías, a fin de avanzar en la consolidación de la disciplina y potenciar estrategias para el contexto venidero.

Despite its long tradition in other geographic contexts, the field of communication for social change is almost unknown in our country; therefore, there is a widespread ignorance of communication basics on the part of organizations and professionals committed to development. The following article offers a brief historical approach to this concept and describes its main methodologies, in order to help consolidate the discipline and to promote strategies for the future.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Comunicación para el desarrollo, cambio social, comunicación alternativa, comunicación participativa, diálogo, participación.

Development communication, social change, alternative communication, participatory communication, dialogue, participation.

Las décadas finales del pasado milenio supusieron una transformación radical de la comunicación humana, con la incorporación de nuevas tecnologías de enormes potencialidades informativas. Sin embargo, pese a los avances, la cultura y la información siguen estando amenazadas por un proceso compulsivo de mercantilización y concentración multimedia, sometidas casi sin límite a la lógica del lucro y la pseudo-cultura. El nuevo contexto ha incrementado además los desfases comunicacionales entre

◆ Alejandro Barranquero es titulado superior de apoyo a la investigación en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga (abarranquero@uma.es).

las diferentes naciones y grupos humanos, mayores hoy que los que ya advertían hace unas décadas la UNESCO y el Informe McBride (1980).

¿Cómo afrontar entonces las necesidades de comunicación de los sectores más desprotegidos de la sociedad –infancia, ancianos, grupos étnicos minoritarios, indigentes, discapacitados, etc.–?; ¿de qué manera informar con precisión sobre problemas relacionados con el desarrollo o los denominados países del Sur?; ¿cómo abastecer las demandas comunicativas de una comunidad inmigrante en constante crecimiento, fomentando su articulación con la sociedad española?

Probablemente no existen recetas universales, pero sí guías, itinerarios u orientaciones de trabajo, algunas de las cuales no han sido suficientemente exploradas en nuestro país. Este es el caso, por ejemplo, de la edu-comunicación para el cambio social, un conjunto de herramientas conceptuales y metodológicas que, pese a su ya larga tradición en diferentes regiones del mundo, sigue siendo bastante infrautilizado por parte de instituciones y colectivos españoles comprometidos con el desarrollo.

La necesidad de definir nuevos términos de actuación sobre una sociedad en continuo cambio, híbrida e intercultural es tarea prioritaria para una correcta planificación social. Las siguientes líneas tienen por objeto sumarse a este empeño y describir, de forma sucinta, qué es exactamente comunicación/educación para el cambio social y cuáles son sus principales metodologías y estrategias.

1. Edu-comunicación para el cambio social: una aproximación conceptual

¿Qué es exactamente la comunicación para el cambio social?; ¿a qué hacemos referencia cuando vinculamos estas dos nociones?; ¿qué significado tiene la comunicación en los procesos de desarrollo?; ¿hay cambio social siempre que comunicamos?; ¿cómo articular lo educativo en la esfera de las transformaciones sociales? El problema es complejo y para abordarlo conviene describir para ambos conceptos los desplazamientos semánticos que han derivado de la experiencia histórica.

La problemática del desarrollo ha sido una idea motriz y transversal de los más diversos ámbitos de la filosofía y las ciencias sociales. Derivada de la concepción de progreso de la Ilustración, la noción emerge con fuerza después de la II Guerra Mundial (1945), en el concierto de la reconstrucción de Occidente. Por entonces surgen infinitud de programas de desarrollo que intentan paliar las desigualdades de los países «atrasados» (o «subdesarrollados») del Tercer Mundo

sobre las bases del crecimiento económico y la construcción nacional. Sin embargo, pocos años después de su puesta en marcha, estos proyectos desvelaron su difuncionalidad social y su carácter etnocéntrico, esencialista, limitado y utilitario. A raíz de la crítica efectuada en los años sesenta y setenta por las teorías de la dependencia (Prebish, Cardoso, Faletto, etc.), que situaban el origen del subdesarrollo en una relación económica desigual entre países más o menos poderosos (centro y periferia, respectivamente), la idea evolucionó desde su perspectiva economicista inicial a una concepción holística y, sobre todo, social.

Hoy el desarrollo se entiende como un proceso de cambios cualitativos y cuantitativos experimentados por un grupo humano, conducentes a su bienestar personal y social en diferentes órdenes: político, económico, cultural, etc. El desarrollo está centrado no sólo en lo humano, sino también en lo natural y necesita ser definido de forma autónoma por los propios sujetos del cambio (endógeno), sin comprometer el bienestar de las generaciones futuras (sostenible).

El concepto de comunicación también ha sufrido importantes transformaciones desde el nacimiento de la disciplina en EEUU, durante el período de entre guerras y la II Guerra Mundial. En un principio, se concibió como un instrumento bélico-propagandístico más, dando prioridad al carácter persuasivo, unilineal y autoritario del acto de informar y dejando escaso margen de réplica o retroalimentación al receptor (teoría matemática de la comunicación, modelos funcionalistas y conductistas, etc.)¹. La noción se fue ampliando, poco a poco, con la incorporación de nuevas corrientes de pensamiento (usos y gratificaciones, post-estructuralismo, estudios culturales, etc.) que ponían el foco de atención en las prácticas de resistencia y re-significación de los mensajes por parte del receptor.

Ligada a ambos campos, la reflexión sobre comunicación/educación para el desarrollo nació también en EEUU a finales de los cincuenta, de la obra Everett Rogers, Daniel Lerner o Wilbur Schramm, principales valedores del denominado paradigma dominante o modernizador del cambio social. En la práctica se buscaba, mediante modernas técnicas de persuasión, incorporar a la modernidad a las naciones y grupos sociales más desfavorecidos, con énfasis en la base económica y el cambio de actitudes individuales a favor del progreso y la técnica.

Las concepciones de partida también mostraron múltiples insuficiencias. La crítica principal se gestó en América Latina, en un contexto histórico, el de los años setenta, muy fértil para las ideas de dependencia

y liberación. Autores como Paulo Freire, Luis Ramiro Beltrán, Orlando Fals Borda o Juan Díaz Bordenave, así como un sinfín de experiencias de comunicación alternativa y popular (radio-forums, radio-escuelas, radios comunitarias, etc.), recondujeron la perspectiva dominante inicial, hacia presupuestos más complejos, privilegiando lo participativo, lo dialógico, el carácter endógeno del cambio social o la función democratizadora de la comunicación².

Conceptualmente, el ámbito de la edu-comunicación para el cambio social distingue de modo preciso entre información y comunicación. La información es un acto unidireccional, orientado a la transmisión de datos, ideas, emociones, habilidades, etc. La comunicación, en cambio, es un proceso de doble vía, posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional, rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor (Pasquali, 1963)³.

Según Freire, la comunicación vendría a ser sinónimo de diálogo⁴, una recuperación del sentido etimológico originario de la palabra (derivada del latín «communis»): el proceso de compartir, de poner en común con otro. La idea se sitúa al lado de la noción de intersubjetividad, de «otredad» y la ya larga tradición de pensamiento dialógico (Edmund Husserl, Martin Buber, Emmanuel Lévinas, Jürgen Habermas, Karl Otto Apel, etc.).

La auténtica comunicación es, según este modelo, dialéctica y resuelve las contradicciones entre conocimiento/reflexión/teoría y acontecer/acción/praxis. Y de este modo genera «concientización», en el doble sentido político-pedagógico freireano, como conocimiento (o descubrimiento de la razón de las cosas) y como conciencia (de sí, del otro, de la realidad), siempre acompañada de acción transformadora y política. Es por ello que el diálogo y la comunicación horizontal son procesos privilegiados para promover la capacidad crítica y el progreso del individuo y la sociedad hacia una existencia más digna y humana.

Dado el cuestionamiento que ha sufrido el concepto de desarrollo durante los años ochenta (Latouche, 1986), en la actualidad se privilegia la noción de comunicación para el cambio social. Según el Consorcio de la Comunicación para el Cambio Social, ésta

se entiende como un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y como pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas (Gray-Felder y Deane, 1999)⁵; es decir, son los propios grupos humanos quienes deben decidir de forma autónoma sobre su devenir, a través de un proceso dialógico y participativo que genere conocimiento y acción.

2. La planificación de procesos dialógicos y participativos

¿Qué papel juega la edu-comunicación para el cambio social en un contexto altamente industrializado? ¿se pueden planificar allí procesos participativos de diálogo y transformación? ¿qué implica ser un comunicador para el cambio social en las regiones del Norte?

El ámbito de la edu-comunicación para el cambio social distingue de modo preciso entre información y comunicación. La información es un acto unidireccional, orientado a la transmisión de datos, ideas, emociones, habilidades, etc. La comunicación, en cambio, es un proceso de doble vía, posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional, rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor (Pasquali, 1963).

Desde los años cuarenta, un sinfín de investigaciones realizadas en diferentes países del mundo han proporcionado la evidencia de que existen vínculos comprobables entre el desarrollo de un grupo humano y la comunicación. Así, toda acción de desarrollo implica una forma de entender la comunicación y cualquier proceso comunicativo está conectado a su vez a algún tipo de transformación. Sin embargo, el cambio social positivo no aparece de forma causal o inmediata. Para promover una auténtica comunicación transformadora nuestras acciones tienen que estar intencionalmente dirigidas y sistemáticamente planificadas; es decir, han de responder a unas estrategias y a unos objetivos previos⁶.

Los modos de proceder son múltiples, pero es condición indispensable atender a una serie de premisas de partida:

a) En comunicación y educación para el cambio social interesa más el proceso –de transformación colectiva– que los propios productos (un programa de radio, un «spot», un vídeo, una campaña, etc.).

b) Este proceso debe promover el acceso, la participación y la apropiación final del mismo por parte de los propios actores implicados⁷.

c) Hay que contemplar la pertinencia cultural de las acciones que se planteen; es decir, que éstas se atengan a las particularidades de cada cultura y cada lengua. Para ello habrá que valorar también nuestras propias características culturales –en caso de que la acción de desarrollo se programe externamente–, evitando sobredimensionar las diferencias o universalizar a partir de lo propio.

d) Interesa emplear un marco de actuación local –aunque con proyección global–, basado en el saber

participativas (investigación-acción; investigación-acción participativa; valoración participativa; periodismo cívico, etc.), a aquéllas de corte más persuasivo o modernizador («marketing»/mercadeo social/con causa, promoción de la salud, «edu-tainment» o educación con entretenimiento, difusión de innovaciones, «media-advocacy», movilización social, etc.)⁸.

La comunicación/educación para el cambio social ha demostrado gran eficacia en diferentes áreas geográficas y en los ámbitos más diversos (desarrollo rural y agrícola, salud y nutrición, derechos civiles y culturales, medioambiente, población, género, paz, infancia, catástrofes, etc.)⁹.

Los medios empleados han sido también variados, desde soportes de comunicación tradicionales (radio, televisión, prensa, cine, vídeo, teatro, folletos, etc.) hasta fórmulas innovadoras de comunicación masiva o grupal (Internet, media-centros, radio-forum, cassette-forum, radio-escuelas, etc.), siempre en función de los objetivos fijados por el promotor o facilitador del proceso¹⁰.

De cualquier modo, el reto en España pasa ahora por la formación de personal especializado en este área, puesto que el trabajo del comunicador para el desarrollo incluye un amplio rango de habilidades para las que un periodista no ha sido entrenado (Gumucio-Dagron,

2002b). Además de una sensibilidad cultural especial para abordar los problemas del desarrollo, el nuevo comunicador deberá disponer de conocimientos especializados en las diversas disciplinas que abordan el cambio social (antropología, pedagogía, política, economía, sociología, psicología, etc.); experiencia en metodologías de investigación, planificación y ejecución de proyectos; o conocimientos en tecnologías de la comunicación. En definitiva, el esfuerzo debe encaminarse a:

- Avanzar en el asentamiento de la comunicación/educación para el cambio social como disciplina académica y fomentar la formación específica de comunicadores en el área¹¹.
- Promover el uso de fórmulas innovadoras de comunicación educativa, así como nuevas estrategias culturales, lenguajes, metodologías, etc. para el campo de las organizaciones y los colectivos civiles comprometidos con el desarrollo.
- Aprovechar las enormes posibilidades de comu-

Desde los años 40, un sinnúmero de investigaciones realizadas en diferentes países del mundo han proporcionado la evidencia de que existen vínculos comprobables entre el desarrollo de un grupo humano y la comunicación. Así, toda acción de desarrollo implica una forma de entender la comunicación y cualquier proceso comunicativo está conectado a su vez a algún tipo de transformación.

comunitario y la representatividad de todos los miembros del grupo en la toma de decisiones, evitando que el poder sea monopolizado por unos pocos.

e) Para evitar el excesivo localismo, es necesario impulsar la organización en red y vincular cada proyecto con otras experiencias similares a nivel local, regional o global.

f) Conviene utilizar la tecnología o el medio apropiados a cada contexto, entendiéndolos únicamente como instrumentos y nunca como fines en sí mismos.

g) Se debe de trabajar, por último, con objetivos a medio y largo plazo, la única forma de conseguir una apropiación de los procesos por parte de la comunidad y un cambio prolongado y sostenible.

El campo de la comunicación y la educación para el desarrollo requiere una cierta flexibilidad metodológica. El método se construye en comunidad y se modifica en función de los problemas concretos que se vayan originando durante el proceso. Por eso mismo existen numerosas técnicas, desde las estrictamente

nicación y organización de las tecnologías de bajo coste como Internet, el «software» libre o el vídeo.

Notas

¹ Tenemos comunicación siempre que, mediante la transmisión de señales, una fuente emisora influye en su receptor (Osgood, 1961, citado en Beltrán, 2005).

² Los latinoamericanos criticaron también la despreocupación de los programas por el contexto sociocultural y las causas históricas de los grupos y países en situación de dependencia, la homogeneización del espectro social o el excesivo «tecnocentrismo» y «economicismo» de las acciones de desarrollo. Para seguir profundizando en la historia del campo, consultar: Beltrán, 2005; Gumucio-Dagron, 2002a; Servaes, 1999.

³ El concepto de comunicación se situaría entonces entre el ser y el deber ser; es decir, el ser humano no tiene por qué limitarse a hacer información, sino ir descubriendo las condiciones de posibilidad de una auténtica comunicación. En este modelo desaparece la noción de «feed-back» (que privilegia a la fuente de información, en el sentido de que es ella quien escoge los contenidos e inicia el proceso de transmisión, mientras que el receptor sólo tiene capacidad para recibir la información y reaccionar, retroalimentando el proceso). Por otro lado las figuras de fuente y receptor son sustituidas por las de interlocutor o «emi-rec» (Cloutier, 1973), que representan que ambos elementos son al mismo tiempo emisores y receptores.

⁴ El diálogo es una relación horizontal de A con B. Nace de una matriz crítica y genera criticidad. Cuando los dos polos del diálogo se ligan así, con amor, con esperanza, con fe el uno en el otro, se hacen críticos en la búsqueda común de algo. Sólo ahí hay comunicación. Sólo el diálogo comunica (Freire, 2002).

⁵ Concepto surgido en el seno de la Fundación Rockefeller, en un conjunto de reuniones celebradas a finales de la década de los noventa (Bellagio, 1997 y Ciudad del Cabo, 1998) y que hoy hace suyo el Consorcio de la Comunicación para el Cambio Social.

⁶ Comunicación para el cambio social es aquella que, intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada, está orientada a la consecución de cambios concretos, tanto en la sociedad, como en las instituciones, con vocación por el cambio, el bienestar, la calidad de vida, la organización, la esperanza, el servicio público y la democracia (Alfaro, 1993).

⁷ La comunicación/educación para el desarrollo se basa en tres conceptos progresivos, lo que significa que, sin conseguir el primero de ellos, no se pueden obtener los otros: 1) Acceso: que el ciudadano tenga soportes comunicativos suficientes para elegir y recibir la mayor cantidad posible de información, así como cierta capacidad de retroacción o retroalimentación del proceso –interacción con los productores de la información, intervención directa en la transmisión de los programas o derecho a formular comentarios y críticas, etc.–; 2) Participación o involucramiento activo de la población en la producción de mensajes, en la toma de decisiones de un proyecto o en la formulación de planes y políticas de comunicación; 3. Apropiación o asunción íntegra de un instrumento de comunicación (una radio, un proceso), por parte de los ciudadanos.

⁸ Para seguir ampliando el conocimiento en torno a las principales metodologías consultar Rodríguez, Obregón y Vega (2002), Kaplún (1987), Hancock (1981) o Díaz Bordenave y Carvalho (1978).

⁹ En este sentido son muy útiles los compendios de Gumucio-Dagron (2001) sobre proyectos participativos en comunicación y desarrollo o la antología reciente sobre comunicación para el cambio social editada por Gumucio y Tufte (2006), así como los sitios web de *La Iniciativa de la Comunicación* (www.comminit.com/la), el *Consorcio de la Comunicación para el Cambio Social* ([\[communicationforsocialchange.org\]\(http://communicationforsocialchange.org\)\), la *Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana* \(\[www.wacc.org.uk\]\(http://www.wacc.org.uk\)\) o *Nuestros Medios* \(\[www.ourmedianet.org\]\(http://www.ourmedianet.org\)\).](http://www.com-</p>
</div>
<div data-bbox=)

¹⁰ Entre los promotores más habituales de procesos de comunicación para el cambio social destacan las agencias internacionales de desarrollo –FAO, UNICEF, USAID, etc.–; agencias nacionales, regionales, locales; organismos públicos e instituciones privadas; organizaciones civiles –ONGs y ONGDs, sindicales, vecinales y movimientos sociales– Calandria, AMARC, Panos Institute, Soul City, etc. En el ámbito español, desde octubre de 2005 también se ha dado un avance muy significativo en la sistematización de las iniciativas, con la constitución de la Red Estatal de Medios Comunitarios, un punto de encuentro y coordinación entre televisiones comunitarias, radios libres, emisoras online, medios alternativos, etc., que integra a una treintena de proyectos nacionales.

¹¹ Los grandes avances para consolidar la disciplina se vienen produciendo desde los años 90, sobre todo, a partir del intenso trabajo desarrollado por organizaciones como el Consorcio de la Comunicación para el Cambio Social o Nuestros Medios. En octubre de 2006 también tuvo lugar el I Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo en Roma, organizado por el Banco Mundial, la FAO y la Iniciativa de la Comunicación, donde se dieron cita más de un centenar de organizaciones del sector, para discutir, entre otros asuntos, los retos del desarrollo y la necesidad de consolidación y visibilidad de la disciplina.

Referencias

- ALFARO, R.M. (1993): *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima, Calandria.
- BELTRÁN, L.R. (2005): «Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo», en *III Congreso Panamericano de la Comunicación*. Buenos Aires.
- CLOUTIER, J. (1973): *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-media, ou l'ère d'Emeréc*. Montreal, Presses de l'Université de Montreal.
- GRAY-FELDER, D. & DEAN, J. (1999): *Communication for social change: a position paper and conference report*. New York, The Rockefeller Foundation.
- DÍAZ BORDENAVE, J. y MARTÍNS DE CARVALHO, H. (1978): *Planificación y comunicación*. Quito, CIESPAL.
- FREIRE, P. (2002): *Pedagogía del oprimido*. Madrid, Siglo XXI.
- GUMUCIO-DAGRÓN, A. (2001): *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York, The Rockefeller Foundation.
- GUMUCIO-DAGRÓN, A. (2002a): «Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo», en *XX Encuentro Académico de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social*. Medellín, AFACOM.
- GUMUCIO-DAGRÓN, A. (2002b): «El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social», en *VI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación*. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, ALAIC.
- GUMUCIO-DAGRÓN, A. & TUFTE, T. (Eds.) (2006): *Communication for social change anthology: historical and contemporary readings*. New Jersey, Communication Social Change Consortium.
- HANCOCK, A. (1981): *Planificación de la comunicación para el desarrollo: marco operativo de referencia*. Quito, CIESPAL.
- KAPLÚN, M. (1987): *El comunicador popular*. Buenos Aires, Humanitas.
- LATOUCHE, S. (1986): *Faut-il refuser le développement?* Paris, PUF.
- PASQUALI, A. (1963): *Comunicación y cultura de masas*. Cara-

cas, Universidad Central de Venezuela.

RODRÍGUEZ, C.; OBREGÓN, R. y VEGA, J. (2002): *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Quito, Friederich Ebert Sti-

ftung.

SERVAES, J. (1999): *Communication for development: One world, multiple cultures*. Cresskill, Hampton Press.

Reflexiones
desde el butacón



Enrique Martínez-Salanova 2007 para Comunicar