



### 2.3.5 • A comunicação mundializada • Utilizações e manipulações da informação e da comunicação

## La Comunicación para el Cambio Social: una mirada participativa al concepto de desarrollo

Cristina Sala Valdés

LOS PLANTEAMIENTOS DE PAULO FREIRE en los años setenta sobre la educación y la comunicación dialógica están en la esencia del paradigma de la Comunicación para el Cambio Social, así como otros conceptos afines: comunicación horizontal, comunicación alternativa, comunicación popular, comunicación participativa. Desde este enfoque, comunicación y participación son dos caras de la misma moneda: el paso previo para que una comunidad pueda participar es que tiene que conocer la información necesaria y haber seguido un proceso de comunicación a partir del cual esté en condiciones de conocer cuáles son los problemas a los que se enfrenta y sus posibles soluciones.

El surgimiento de la Comunicación para el Cambio Social se produce en un contexto de lógica binaria: el de abordar los síntomas inmediatos de la pobreza transfiriendo la lógica de progreso desde Occidente o el de enfrentar las causas de la pobreza y no sus síntomas, a partir del diálogo con/entre las comunidades.

### La herencia de la teoría de la dependencia

A partir de la II Guerra Mundial, la comunicación para el desarrollo progresa manteniendo un doble enfoque. Por un lado, el que se basa en la teoría de la modernización y las estrategias de información-persuasión utilizadas por los gobiernos occidentales en el sector industrial. Varios de los ejemplos de este enfoque son el marketing social, la difusión de innovaciones, y la comunicación para el cambio de comportamiento. Las principales características de estas estrategias son la unidireccionalidad y verticalidad (visión jerárquica/dominante). Los especialistas en desarrollo perviven como elite tecnificada que trabaja en países en vías de desarrollo con comunidades poco organizadas.

Por otro lado, el que se basa en la teoría crítica, el aprendizaje colectivo y los procesos dialógicos en los que se comparte información que se ha ido madurando a partir de las luchas políticas gestadas en contra de los poderes coloniales y dictatoriales impuestos en comunidades y países pobres. Este enfoque se cimienta en la teoría dependencista. Ejemplos de estrategias concretas son la comunicación participativa y la CCS.

Entre ambos enfoques existe una tensión teórica y de praxis. Así, un ejemplo de cambio para el primer enfoque sería dejar instaladas capacidades concretas en una población, mientras que para el segundo sería combatir la opresión y la injusticia. Otra de las diferencias entre ambos enfoques es que los proyectos diseñados desde la teoría de la modernización suelen provenir de entes externos, quienes también serán los responsables de su implementación. Sin embargo, desde el enfoque de la teoría crítica, aunque el estímulo provenga

de agencias externas, son los locales (instituciones y comunidades) los que adquieren el poder de decisión.

“ Se plantea que las comunidades deben ser actores centrales de su propio desarrollo, que la comunicación no debe manipular sino facilitar el diálogo. ”

Como se ha mencionado con anterioridad, los objetivos que se persiguen en ambas son bien distintos. Por este motivo, los especialistas en desarrollo que se adscriben a las filas del primer enfoque critican al segundo puesto que persigue unos objetivos a muy largo plazo. Los que defienden el enfoque más participativo, critican a los que utilizan la teoría de modernización como pilar puesto que ésta promueve un desarrollo no sostenible.

### Formulación de la CCS

Los comienzos de la formulación y la formalización de la Comunicación para el Cambio Social se dieron en abril de 1997, en una reunión convocada por la Fundación Rockefeller en su centro de conferencias de Bellagio, en Italia. Un grupo heterogéneo de personas ligadas a la comunicación debatió durante una semana acerca del tema: *¿Qué Comunicación para el Cambio Social para el próximo siglo?* Después se sucedieron una serie de reuniones en Ciudad del Cabo que culminaron en un manifiesto. Poco a poco se fue construyendo el concepto de Comunicación para el Cambio Social como un proceso de diálogo privado y público a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y qué acciones pueden realizar para alcanzar sus objetivos (Gumucio-Dagron & Tufté, 2008).

La pretensión que se tiene con este nuevo concepto es la de cambiar los términos que el área de comunicación y desarrollo habían estado empleando hasta entonces. Se plantea que las comunidades deben ser actores centrales de su propio desarrollo, que la comunicación no debe manipular sino facilitar el diálogo, que ésta no debe de ser una comunicación que se centre en los comportamientos individuales (como lo hace la estrategia de comunicación para el cambio de comportamiento) sino en las normas sociales, las políticas y la cultura. En una segunda etapa, siempre apoyada por la Fundación Rockefeller, se abrió el debate hacia otras instituciones y agencias de desarrollo para que conocieran la iniciativa y reflexionaran sobre sus propias estrategias de comunicación.

Sin embargo, y a pesar de sus orígenes más formales o formalizados, la CCS ha seguido derroteros populares y ha existido allá donde existía comunicación participativa para el desarrollo. Este enfoque ha ido permitiendo que la comunidad comenzara a ganar voz frente a las elites de las organizaciones multilaterales, internacionales y supranacionales.

### Concepto y características de la Comunicación para el Cambio Social

La Comunicación para el Cambio Social es una comunicación de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas, y tiene como fin potenciar la presencia de éstas en la esfera pública. Lo consigue a través de un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las personas y las comunidades definen quiénes son, de qué disponen, cuáles son sus necesidades y cómo conseguir satisfacerlas para mejorar sus propias vidas. El diálogo se convierte en una herramienta para la identificación colectiva del problema, la toma de decisiones y la aplicación en la comunidad basada en soluciones a los problemas de desarrollo (Gumucio-Dagron, 2004).

### PROYECCIONES DE LA CCS

Uno de los retos teóricos de la Comunicación para el Cambio Social es ir más allá de las intervenciones de la comunicación/medios de comunicación en el desarrollo, ampliando así su campo de investigación, para indagar en otras áreas de la teoría social.

En la actualidad, la Comunicación para el Desarrollo podría tomar ventaja del potencial de participación y organización comunitaria que representan las experiencias alternativas. Sin embargo, su acción está limitada al norte por las rígidas estructuras de las organizaciones de cooperación, al sur por las burocracias gubernamentales, al oeste por las propias falencias democráticas de las comunidades, y al este por la ausencia de una disciplina de Comunicación para el Cambio Social en los centros de estudio (Gumucio-Dagron, 2004: 13). Como siempre, es la experiencia la que terminará forzando los cambios necesarios en el mundo de la teoría. Las necesidades del desarrollo humano deberán imponerse sobre los esquemas que perpetúan la comunicación vertical, unidireccional (de arriba abajo/jerárquica/elitista). La diversidad cultural e identitaria de regiones como América Latina, África o países como India, Filipinas, etc. no puede ser pasada por alto en las propuestas de Comunicación para el Desarrollo desde el enfoque participativo. El reconocimiento de que el desarrollo no es solamente la construcción de carreteras, puentes y hospitales, abre el camino hacia una percepción de la Comunicación para el Cambio Social estrechamente vinculada a la(s) cultura(s).

Desarrollo Comunicacional	El modelo de difusión (Unidireccional / comunicación monológica)	El modelo de competencias de la vida	El modelo participativo (comunicación bidireccional / dialógica)
Definición del problema	Falta de información	Falta de información y competencias	Falta de interés de los <i>stakeholders</i>
Noción de cultura	Cultura como obstáculo	Cultura como aliado	Cultura como "modo de vida"
Noción de catalizador	Agente de cambio externo	Catalizador externo en asociación con la comunidad	Asociación conjunta (externa y interna)
Noción de educación	Pedagogía bancaria	Competencias de vida, didáctica	Pedagogía liberadora
Noción de grupos de referencias	Pasivo: apunta al público	Activo: apunta a los grupos de aprendizaje	Activo: apunta a ciudadanos / <i>stakeholders</i>
Cómo se está comunicando	Mensajes para persuadir	Mensajes y experiencias	Temas sociales comprometidos, problemática, diálogo
Principio de cambio	Comportamiento individual	Comportamiento individual, normas sociales, aprendizaje experiencial	Comportamiento individual y social, normas sociales, relaciones de poder
Resultado esperado	Cambio de comportamiento individual, resultados numéricos	Cambio de comportamiento individual, aumento de competencias	Articulación de procesos políticos y sociales, cambio sostenible, acción colectiva
Duración de la actividad	Corto y medio plazo	Corto y mediano plazo	Mediano y largo plazo

**Los enfoques conceptuales para el desarrollo de la Comunicación** Fuente: Tufte, & Mefalopulos, 2009: 8.

Los planteamientos de Paulo Freire en los años setenta sobre la educación y la comunicación dialógica están en la esencia del paradigma de la Comunicación para el Cambio Social. La teoría de Freire (1972) sobre la pedagogía radical se vincula a un proyecto de acción cultural en el que la participación estaba validada a través del proceso de acción-reflexión que tenía como consecuencia el despertar de una conciencia políticamente informada; lo que Freire vino en denominar *concientización*. Estos elementos clave freirianos han proporcionado no solo un marco conceptual sino también medios prácticos para operacionalizar tal marco en la práctica, erigiéndose así en sustento para un cambio hacia la comunicación participativa. Concretamente, la interpretación que Freire realizaba del diálogo y de las relaciones como la base de la comunicación ha provisto al área del marco necesario para explorar las soluciones comunicativas propuestas desde las personas, desde abajo (Thomas & van de Fliert, 2015: 5).

El propósito de la Comunicación para el Cambio Social es establecer términos más justos en el proceso de interacción cultural que se produce en el roce entre las culturas. Para establecer un diálogo horizontal entre dos culturas es necesario primero afirmar la propia a partir de procesos participativos. De este modo, la construcción de la ciudadanía solo puede darse en condiciones en que las voces puedan expresarse al máximo de su capacidad cultural en un espacio de diálogo y debate horizontal (Gumucio-Dagron, 2004).

### Claves de la Comunicación para el Cambio Social

Las cuatro claves de la Comunicación para el Cambio Social son el diálogo, el apoyo (*advocacy*), la participación y el propósito. Se entiende como diálogo a una comunicación de doble vía, particularmente entre los actores clave (*stakeholders*), por oposición a los modelos de comunicación de arriba a abajo o unidireccionales (Thomas & van de Fliert, 2015:30). El diálogo ha de ser visto como como una

corriente o flujo de significado compartido de la que pueden surgir nuevos. Lo interesante es que el modelo de la Comunicación para el Cambio Social puede convertirse en una plataforma que facilite el diálogo, ya sea éste interpersonal, intergrupalo mediado a través de algún canal de comunicación; que por supuesto ha de incluir un elemento de escucha, como forma de asegurar una comprensión común del tema conversado o de la acción que se va a realizar.

El apoyo que ofrece la Comunicación para el Cambio Social (*advocacy*) es una forma de empoderamiento de los ciudadanos locales para demandar sus derechos o influenciar las políticas y retar las relaciones de poder existentes. El término *empoderamiento* está directamente vinculado con el término *participación* tal y como fue entendido por Freire, lejos del uso sostenido que se está haciendo por las organizaciones internacionales. El término ha de estar arraigado al contexto en el que tal participación se está dando, es decir, conectando con los valores democráticos de equidad, justicia y paz, trabajando con los actores clave en todas las etapas con el objetivo de ser trampolín del cambio desde un enfoque inclusivo. La participación *per se* no es estrictamente positiva (Carpentier, 2011 *apud* Thomas & van de Fliert, 2015:2).

El cuarto elemento clave es el propósito, entendido como toda acción planeada con el fin de promover el cambio social (Tufte & Mefalopulos, 2009). Siendo estos los principios clave de la Comunicación para el Cambio Social se entiende el enfoque temporal que se asume que pasa del corto-medio al largo plazo, hacia la búsqueda de la transformación social deseada.

Esta comunicación requiere también de un nuevo perfil de comunicador/a (Gumucio-Dagron, 1998 *apud* Gumucio-Dagron, 2004: 21) que comprende que la tecnología es exclusivamente una herramienta para apoyar el proceso de la comunicación humana (siendo ésta última en ningún caso dependiente de la anterior); que reconoce que el cambio social está íntimamente relacionado con la

cultura y el diálogo y que, por lo tanto, requiere de sensibilidad y compromiso. Asimismo evidencia con sus acciones que el proceso, a diferencia de lo que sucede en el periodismo, es mucho más importante que los productos resultantes.

La Comunicación para el Cambio Social representa en la práctica la definición de la comunicación que se resume en las palabras de Kaplún:

Como un proceso permanente, en el que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento. Un proceso de acción-reflexión-acción que él hace desde su realidad, desde su experiencia, desde su práctica social, junto con los demás. Y en el que también quien está ahí – el “educador/educando” o “comunicador/comunicando” – pero ya no como el que enseña y dirige, sino para acompañar al otro, para estimular ese proceso de análisis y reflexión, para facilitárselo, para aprender junto a él y de él; para construir juntos (Kaplún, 1998: 50).

Al igual que en otros modelos de Comunicación para el Desarrollo la práctica de la Comunicación para el Cambio Social incluye variedad de actores (ONGDs, Fundaciones, sociedad civil, etc.).

Resumiendo sus características, la Comunicación para el Cambio Social se distingue por la promoción del diálogo que lleva a la identificación colectiva del problema, la toma de decisiones y la aplicación en la comunidad basada en soluciones a los problemas de desarrollo. Y lo hace desde el interior de la comunidad actora-beneficiaria. De este modo facilita la identificación de los obstáculos, la definición de objetivos y desarrolla estructuras de comunicación, procesos y el empleo de los medios u otras herramientas para que se llegue a la consecución exitosa de tales objetivos. También consigue dar a las comunidades todo el poder, en el sentido de la toma de decisiones. Éstas no como objetos del cambio, sino más bien como personas y comunidades agentes de su propio cambio. La razón estriba en que de este modo las comunidades se perciben a sí mismas como las propietarias de ese proceso y el contenido de la comunicación, el resultado será más exitoso. Finalmente, la Comunicación para el Cambio Social es una comunicación horizontal y que empodera a aquellos que la ponen en práctica, dando voz a los que antes habían quedado lejos de la esfera pública o habían sido silenciados. ■

### Referencias

- Freire, P. (1997). *Pedagogy of the oppressed* (Ed. rev.). Nueva York: NY: Continuum
- Gumucio-Dagron, A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación y desarrollo* 12 (1), disponible en [http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest\\_desarrollo/12-1/el\\_cuarto\\_mosquetero.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/12-1/el_cuarto_mosquetero.pdf).
- Gumucio-Dagron, A. & Tufte, T. (eds.) (2008). *Antología de comunicación para el cambio social. lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Plural con CFSC Consortium, Nueva York, EEUU.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Thomas, P.N. & van de Fliert, E. (2015). *Interrogating the theory and practice of communication for social change*. Queensland: Palgrave Macmillan.
- Tufte, T & Mefalopulos, P. (2009). Participatory communication: a practical guide. *World Bank Working Paper* no. 170, disponible en <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/Participatorycommunication.pdf>.