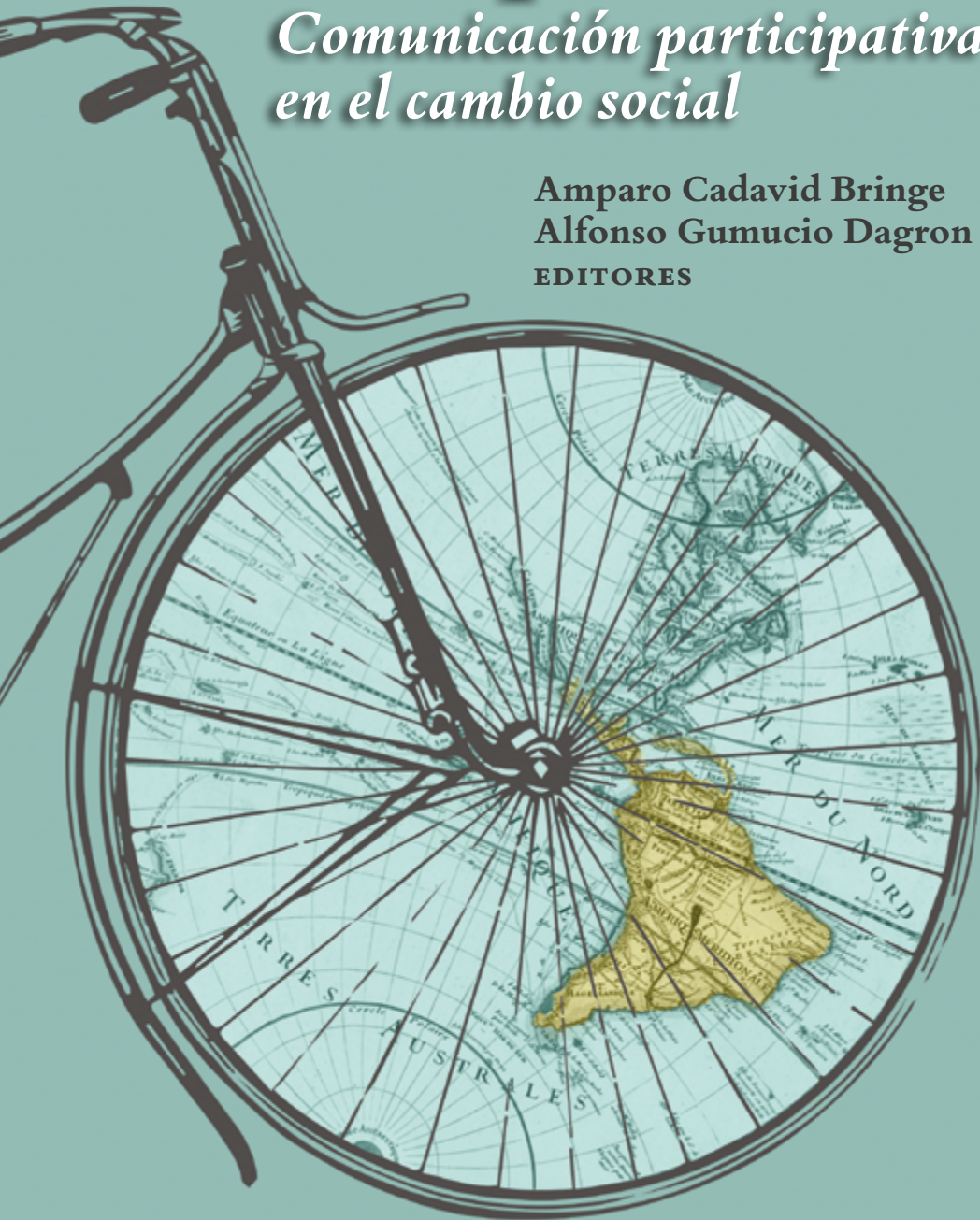


# *Pensar desde la experiencia*

*Comunicación participativa  
en el cambio social*

Amparo Cadavid Bringe  
Alfonso Gumucio Dagrón  
EDITORES



# *Los actuales debates sobre comunicación, desarrollo y cambio social*

AMPARO CADAVID BRINGE

UNIMINUTO

Colombia

En su obra *Oficio de cartógrafo, travesías de la comunicación en la cultura* Jesús Martín-Barbero (2002) recuerda la pregunta planteada por Luis Ramiro Beltrán:

¿Qué tipo de sociedad albergó los primeros experimentos sobre comunicación masiva? ¿Se trataba de una sociedad infeliz, agobiada por la pobreza, las condiciones sociales y la inestabilidad? En absoluto, se trataba de una sociedad próspera y feliz. Una sociedad en que la individualidad predominaba sobre lo colectivo, la competencia era más determinante que la cooperación y la eficacia económica y la sabiduría tecnológica tenían más importancia que el desenvolvimiento cultural y la justicia social. Era una sociedad a punto de convertirse en el imperio económico más importante e influyente del mundo (Beltrán, 1976, p.9)

De esta manera Martín Barbero inicia una de sus obras más importantes, en cuanto además de recoger parte de su producción anterior, hace un análisis de conjunto de lo que ha sido el aporte de América Latina al pensamiento, el conocimiento y la investigación en comunicación en el mundo. Y hace un justo balance hasta la década de los noventa.

Esta pregunta le permite mirar hacia América Latina para interrogarse sobre cuáles han sido las sociedades que han albergado el desarrollo del pensamiento de que trata el libro. Y es en sus respuestas a esta pregunta que nos muestra el mapa de una subregión (América Latina) mestiza, diversa, atravesada por múltiples culturas y sensibilidades que se ha construido a partir de modelos foráneos, muchas veces contradictorios entre sí, y con la cultura donde se imponen, pero que en su interior va gestando y construyendo un pensamiento propio.

Y a uno de esos ámbitos del pensamiento propio es al que se refiere este texto. Con una acotación, lo hace para, desde allí, mirar hacia el futuro, hacia los siguientes pasos que hay que dar en esta búsqueda por enfocar la comunicación hacia lo que la sociedad busca y anhela.

### *La comunicación para el desarrollo, un paradigma aún vigente*

En los últimos 15 años se ha escrito mucho sobre la comunicación para el desarrollo, esta vez para mirar cómo los nuevos conceptos de *desarrollo* que han superado la etapa inicial, colocan a la comunicación en otra posición. En las versiones iniciales, la *comunicación para el desarrollo* era eso, un instrumento o estrategia para alcanzar un nuevo estadio económico, social tecnológico, más avanzado con respecto al anterior, según una visión o modelo dominante de lo que debe ser una sociedad y una concepción de bienestar.

Este modelo original fue evolucionando en la medida en que el fracaso del *desarrollo* se hizo evidente, pero no hubo otro concepto para reemplazarlo, sino que se re-significó. Entonces, aparece el *desarrollo humano, integral y sostenible*, que en teoría hace una ruptura con el anterior, porque invierte los paradigmas. Veamos de qué manera: en su versión preliminar el desarrollo se identificó con el crecimiento y entre otros campos, se inspiró en la reconstrucción de Alemania después de la Segunda Guerra Mundial, que consistió en la inversión para restablecer su infraestructura y productividad económica. Tomando siempre como modelo los avances de los países industrializados, estos, liderados por los Estados Unidos, consideraron que era un acto de humanidad y de civilización crear condiciones semejantes a los países “centrales” que desde su posición veían a los otros como “de la periferia” en tanto sus indicadores económicos e infraestructurales estaban muy por debajo de los propios. El parámetro fue entonces la economía, vista como productividad, la infraestructura y la tecnología conexas con las anteriores. No se preguntaron por la sociedad, la cultural, la historia, la organización.

Así que en esta re-significación del concepto de desarrollo, el primer paradigma que se invierte es el de pasar de un concepto de desarrollo en esos términos a uno con mirada *humana*, es decir, que incluye lo que antes no se veía: la gente. Involucra ahora a la sociedad, sus organizaciones y redes, la cultura, los géneros, las generaciones, la religiosidad y demás factores que la caracterizan y describen. Técnicamente se desarrolló a mediados de la década de los noventa un campo conceptual denominado “capital social”, para referirse a esta transformación paradigmática del concepto de desarrollo. El “capital social” es aquel, que comparado con el capital financiero, incluye factores como el sentido de pertenencia entre las personas (Bourdieu, 1985), las organizaciones y sus redes para beneficio mutuo (democracia) (Putman, 1993), las normas (Woolcock, 1998), los recursos morales, la confianza y los mecanismos culturales que refuerzan los grupos sociales (Fukuyama, 1995), todas ellas que permiten la acción colectiva (Coleman, 1990) y el beneficio común (Woolcock, 1998). Amartya Sen (2000) le añadió a este los conceptos

de dignidad y de libertad. Y posteriormente, el BM (1998) adicionó: las instituciones, relaciones, actitudes y valores que gobiernan la interacción de las personas y facilitan el desarrollo económico y la democracia.

El segundo factor que se involucra en la re-significación es el de *integral*, trascendiendo lo meramente económico, infraestructural y tecnológico, incluye a la sociedad con todas sus variables, sus instituciones y organizaciones y además al medio ambiente.

Posteriormente, en 1999 el BM acuñaría una manera de llamar a este nuevo paradigma: el *MID-Marco Integral del Desarrollo*, el cual

Impulsa un enfoque más integrador y multidimensional del desarrollo a nivel de cada país... aplica cuatro principios fundamentales, relacionados entre sí: programa de desarrollo holístico y de largo plazo; autoría del país de amplia base; coordinación entre donantes; y rendición de cuentas por los resultados del desarrollo. El MID permite a cada país tomar control de su proceso de desarrollo de manera tal de reflejar un consenso nacional sobre el tema, más allá del gobierno. Gracias a este enfoque, la sociedad civil ha ganado protagonismo en el debate sobre las políticas macroeconómicas aplicadas en los países que forman parte del MID (Banco Mundial, 1999)<sup>1</sup>.

Esta formulación se concretaría en 2008, en los renombrados Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas<sup>2</sup>:

- Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre
- Objetivo 2: Lograr la educación primaria universal
- Objetivo 3: Promover la equidad de género y la autonomía de la mujer
- Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil
- Objetivo 5: Mejorar la salud materna
- Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
- Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad ambiental
- Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Formulación que aterrizó en temáticas/problemáticas concretas esa “integralidad” que ya comenzaba a ser mencionada desde la década anterior. Como puede observarse, pareciera como si el antiguo énfasis en el desarrollo económico, infraestructural y tecnológico, hubiera desaparecido. Sin embargo, salta a la vista que este queda en el inter texto de todos los objetivos, pero en especial, del primero y el último.

<sup>1</sup> BM: <http://web.worldbank.org/WBSITE>

<sup>2</sup> Naciones Unidas (2008): Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe 2008

Por último, el concepto de la *sostenibilidad* del desarrollo también le cambió el foco. Este concepto que ha tenido varias etapas en su conformación, si bien inicia con la sostenibilidad económica y se aplicó inicialmente a los proyectos y/o negocios, termina muy pronto involucrando lo ambiental<sup>3</sup>, social, político y cultural.

Se esperaría entonces que al evolucionar y hacerse más amplio y más complejo el concepto de desarrollo, el de comunicación para el desarrollo también se transformara. Pero ¿En qué medida podría este hacerlo? Porque lo que aquí se cuestiona es el uso de la preposición “para” que indica que al comunicación está “en función de”, de manera que si bien cambia el objetivo último del desarrollo, la función de la comunicación sigue siendo la misma: instrumental. Es decir, ahora la comunicación sigue siendo un instrumento central para el “otro desarrollo”.

Por eso, hoy a pesar de que los programas de desarrollo en los países de América Latina han adoptado un concepto más amplio y apropiado del *desarrollo*, la concepción de la comunicación ligada a él sigue siendo la misma.

¿Y qué entonces es lo que hace la comunicación para el desarrollo hoy? Si se mira lo que propone el BM, la FAO, la Comisión de la Unión Europea, el BID y demás entidades de cooperación, la comunicación sirve fundamentalmente para lograr visibilidad, informar, divulgar, convocar y apoyar procesos educativos. Las campañas publicitarias siguen siendo una actividad que atrae la mayoría de los presupuestos del sector.

### *Comunicación para el cambio social*

Para muchos académicos, activistas, estrategas de la comunicación y productores independientes de medios, este campo de la comunicación para el desarrollo comienza a agotarse hacia finales de la década de los noventa. Principalmente porque se ve asociada a estrategias de comunicación que se formulan en oficinas centralizadas de planificadores, sin contacto suficiente con las realidades que desean “desarrollar”.

En esos momentos comienzan a surgir con mucha fuerza otras realidades comunicativas que buscan la transformación de la sociedad y que si bien emergen de antiguas experiencias de comunicación alternativa, popular,

---

3 La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, celebrada en junio de 1992 en Río de Janeiro y conocida como Cumbre de la Tierra, logró que el tema ambiental se convirtiera en la columna vertebral del desarrollo para transformar los estilos y políticas sectoriales y económicas, manteniendo la integridad ecológica del planeta y dando un mayor contenido social y de equidad global al desarrollo.

comunitaria, han adquirido para entonces una posición de mayor impacto e incidencia en las realidades sociales, por ejemplo, los medios ciudadanos, generalmente locales y en manos de las comunidades. También aparecen los colectivos comunitarios de comunicación, que sin medios propios, hacen comunicación y buscan canales para expresarse. El teatro, los murales y ahora el internet se convierten en espacios donde la gente comienza a expresarse y a generar procesos de diálogo con otros sobre temas de interés común.

Surge así en el año 2000 un concepto que busca denominar este campo de la comunicación que se asocia con la transformación de una sociedad, pero que se fundamenta en la actividad de las personas, de las comunidades, de la sociedad civil: *la comunicación para el cambio social*. No es una nueva manera de llamar un concepto antiguo, sino un nombre nuevo para una nueva comprensión de la fuerza y capacidad que tienen lo comunicativo desde la gente; capacidad que ya se visibiliza plenamente en la sociedad.

*Comunicación para el desarrollo* denomina el campo de la comunicación en función de un modelo, como lo es el desarrollo y coloca a la comunicación como un instrumento al servicio del modelo. *Comunicación para cambio social* señala la capacidad propia que surge de la comunicación como campo de construcción social y cultural para transformar esa sociedad en su conjunto. Tiene, entonces, una serie de características: es participativa, surge de la sociedad; se basa en la propia cultura, por ello se respetan las lenguas y la historia; hace uso de las tecnologías disponibles; busca alianzas y establece redes; y es democrática: crea espacio para la expresión y visibilidad de todos.

“La comunicación para el cambio social es una comunicación ética, es decir de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas, y busca potenciar su presencia en la esfera pública. Recupera el diálogo y la participación como ejes centrales. (Gumucio, 2002).

Esta nueva denominación tiene su origen en querer diferenciarse de la *comunicación para el desarrollo* y significar un paso hacia adelante.

En la construcción del campo de la *comunicación para el cambio social* han entrado varios factores: a) la comprensión de la comunicación no como un instrumento sino como una dimensión de lo social-cultural que tiene la capacidad para generar y fortalecer transformaciones, b) la comunicación como interacción entre dos o más individuos o grupos, y no como acción meramente informativa o divulgativa desde un polo hacia un objeto pasivo-receptivo, c) la existencia de una voluntad concertada entre quienes participan de una potencial transformación para hacerlo desde el campo de la comunicación, este pone en diálogo, por ejemplo, a las ONG, las movilizaciones sociales, el

estado, la cooperación internacional para alcanzar un logro colectivamente, d) el campo de la comunicación para el cambio social asume y le da perfil a nuevos sujetos sociales surgidos de procesos de movilización y lucha por el reconocimiento: ambientalistas, mujeres, discapacitados, desplazados, inmigrantes, LGTB... e) también construye una agenda propia que prioriza los temas que son la búsqueda de las transformaciones que se desean: DDHH, medio ambiente, equidad de género, sostenibilidad, gobernabilidad, participación, democracia y demás.

Los desarrollos conceptuales de este nuevo término son todavía muy jóvenes. Una característica que tienen en común es que en su mayoría provienen de las reflexiones y el estudio sobre hechos, realidades, casos. Algunos de ellos, muy importantes son el texto de Alfonso Gumucio-Dagron *Haciendo Olas*. Es un trabajo que recoge y caracteriza casos de comunicación en contextos que demuestran cómo esta dimensión ha transformado la sociedad hacia lugares diferentes. Recoge 50 casos de comunicación del llamado “tercer mundo”, los sistematiza y muestra en qué consistió el aporte al proceso de cambio social. Luego, escribe un capítulo introductorio donde analiza en conjunto estos casos y desarrolla planteamientos e hipótesis conceptuales que permiten avanzar el desarrollo teórico de este campo. Entre estos casos, por ejemplo toma para Colombia los primeros años de Radio Sutatenza, y luego, una experiencia tan distinta como el teatro Kerigma, de Bosa. De esta manera involucra una diversidad de realidades en todos los sentidos y a partir de ella, muestra aquel lugar donde la comunicación se convierte en transformación.

Otros autores han pensado este campo y escrito sobre él, partiendo de investigaciones. Rodríguez, C. (2001); Garrido, O. (2006); Vega, J. (2005) – ver entrevista La Iniciativa de la comunicación – entre otros. Gran parte de la reflexión en comunicación para el cambio social que se ha generado proviene de campos específicos, generalmente críticos, en los cuales la sociedad demanda cambios profundos y pronto y para los cuales la comunicación ha sido un eje y no meramente un instrumento, por ejemplo, en el campo de la salud, donde ha logrado en los últimos diez años desarrollos significativos y se han escrito documentos reflexivos que replantean y reubican la comunicación, algunos ejemplos son los citados Beltrán, L. (1976), Vega, J. (2004), Gumucio, A. (2002) y la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, de Lima Perú para mencionar algunos.

Hoy en día la comunicación para el cambio social se ha convertido en una materia dentro de los pensum y currículos de las carreras de comunicación social a lo ancho y largo de América Latina. Sin embargo, sus límites y diferencias con el campo de la comunicación para el desarrollo no están cla-

ros. La mayoría de los casos, podría ser lo mismo. La utilización del concepto de cambio social, sin embargo es más política que conceptual, y como lo mencionaba arriba, es estratégica en cuanto quiere señalar sin ambigüedades que este tipo de comunicación (para el cambio social) no es esclavo de uno u otro entendimiento del desarrollo, sino que tiene cuerpo y sentido propio y que este definitivamente no es instrumental, ni difusionista, ni basado en una concepción autoritaria de las relaciones humanas.

A la vez que otros campos de la comunicación se van caracterizando y fortaleciendo en América Latina, campos centrales para la sociedad, como el periodismo y la opinión pública, la publicidad, la producción en medios y demás, la comunicación para el desarrollo/cambio social se va fortaleciendo y transformado a su lado. Se ha venido posicionando junto a los espacios donde se piensan los modelos futuros y se redactan las políticas. Y sobre todo, donde se definen y caracterizan las grandes problemáticas sociales (pobreza, enfermedades, conflicto y violencia, desplazamientos y migraciones) y se buscan sus soluciones. De aquí que sea un campo estratégico y neurálgico, eje de construcción de futuro, que debe tomarse con toda la seriedad de la potencialidad que ofrece y ahondar en él todo lo necesario para darle la visibilidad y el posicionamiento como dimensión de transformación. Hay que hacerlo a la altura de quienes definen los destinos del mundo, de los países y de los sectores, y también de la sociedad a través de sus organizaciones y de sus movilizaciones.

### *Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo en Roma*

A pesar de los esfuerzos de muchos latinoamericanos en posicionar el nuevo concepto, su aceptación más amplia e institucionalizada se ha hecho esperar. Hacia mediados de la década del 2000 desde varios lados del mundo comenzó a llevarse a cabo un movimiento que llevara a un encuentro mundial que planteara y debatiera este campo, que oficialmente seguía llamándose *comunicación para el desarrollo*.

El marco y el espíritu mencionados arriba fue el que ambientó el Congreso de Comunicación para el Desarrollo que finalmente de llevó a cabo en el recinto de la FAO en Roma en octubre de 2006. Organizado tanto por esta entidad del sistema de Naciones Unidas, como por el Banco Mundial y la Iniciativa de la Comunicación<sup>4</sup>. Congreso este que fue atendido por entidades públicas y privadas de todo el orbe y para el cual hubo una previa preparación.

4 La Iniciativa de Comunicación es un espacio para compartir, debatir e impulsar la comunicación efectiva para el cambio social. Consiste en un sistema de información que opera a través



Los esfuerzos por realizar el WCCD en Roma comenzaron varios años antes y lograron atraer la atención y el interés de la mayoría de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que se sienten interpeladas por el tema. De hecho, es uno de los aspectos que siempre está sobre la mesa cuando se piensa en proyectos de intervención que desean transformar una sociedad.

Por la participación multitudinaria en el evento y por lo allí sucedido, este Congreso es un hito en la historia de este campo, en los últimos 20 años. Se pretendió demostrar a quienes tienen en sus manos la definición de políticas de desarrollo, la propiedad y efectividad de la comunicación para enfrentar los retos más importantes del desarrollo. Por lo tanto, la perspectiva de comunicación debe ser incluida de manera mucho más integral a las políticas y planes. La comunicación para el desarrollo - procesos de diálogo, intercambio de información y construcción de entendimientos mutuos entre las comunidades y grupos sociales - como una estrategia y conjunto de herramientas eficaces para las intervenciones del desarrollo, permite valorar y mitigar los riesgos políticos y sociales de esas intervenciones y construir empoderamiento y sostenibilidad. Como puede verse, con estas palabras, se da un salto cualitativo en la comprensión del papel que juega la comunicación en el desarrollo, comparado con las décadas anteriores.

El Congreso pretendió ampliar la comunidad para el desarrollo internacional y definidores de política de manera que la comunicación se mantenga dentro de la corriente central del desarrollo.

Para ello se estructuró alrededor de los más grandes retos que presenta hoy este campo. Cada sesión fue organizada por una agencia, una institución o una organización comprometida procedentes de todos los países del mundo. Esto se logró gracias a una convocatoria previa que requirió el envío de propuestas, para cada una de las sesiones. Se buscó que cada presentación y discusión demostrara el valor agregado que significa incluir la comunicación en proyectos y programas de desarrollo, ofreciendo datos y evidencias de experiencias, que así lo hubieran logrado. También se incluyeron sesiones para exponer los fundamentos teóricos y metodológicos de la *comunicación para el desarrollo*.

Por la relevancia que se le dio desde el primer momento, se realizaron una serie de eventos previos que buscaron estructurar y preparar todas las facetas del contenido del Congreso. Entre ellos sobresalen en América Latina los siguientes:

---

de un Portal especializado en la comunicación para el cambio social, el cual se alimenta a través de las acciones que esta entidad impulsa y genera en los diferentes ámbitos de la sociedad. Es un espacio importante de apoyo y dinamismo con que se cuenta en el mundo y en particular en América Latina. Ver: <http://www.comminit.com/la/category/sites/latin-america>

El Seminario *Sin comunicación no hay desarrollo*, que consistió en un sondeo regional y sectorial para construir un estado del arte sobre el campo en la región. Fue organizado por A.C.S. Calandria, con la colaboración de CAMECO; La Iniciativa de Comunicación, FAO, ANDI, AVINA, DECAL (ALER, AMARC, WACC, OCLACC, IPS. APC, RADIALISTAS). En él participaron 72 comunicadores (as), expertos (as) sociales y funcionarios (as) de la cooperación para el desarrollo, provenientes de Alemania, Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Italia, Perú, Uruguay y Venezuela. El objetivo del evento fue demostrar la importancia de la comunicación en los avances del desarrollo, identificando cuál es su valor agregado y en qué consiste su aporte e incidencia en los cambios. Los panelistas expusieron una serie muy diversa de estrategias de comunicación, impactos, aprendizajes e interrogantes: estrategias de abogacía y capacitación para incidir en el diseño de políticas públicas de televisión infantil; movilización, monitoreo, análisis y calificación de medios para influir la agenda pública del desarrollo; la recuperación de formatos como la radio-novela; la conformación de redes de emisoras que utilizan la radio satelital; los aprendizajes de la comunicación en salud y los procesos de participación y opinión de la ciudadanía sobre su salud y la de su comunidad; la diferencia entre medios del Estado y medios públicos; el periodismo público para construir agendas ciudadanas, el diálogo entre sociedad civil y el Congreso de la República del Perú para vigilar y colaborar o cogestionar iniciativas; las veedurías de medios y otras.<sup>5</sup>

La Onda Rural, un taller Latinoamericano sobre *Radio, Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación y Desarrollo Rural*, organizada por la FAO y la División de Comunicación para el Desarrollo del Banco Mundial junto con otros patrocinadores. Se realizó en Quito, Ecuador entre el 20 y el 22 de abril de 2004.<sup>6</sup> En él participaron 89 expertos en comunicación rural y terminó con la *Declaración de los 2800*, la cual define una guía para colocar las Nuevas Tecnologías en la agenda de las emisoras radiales, de manera que se cierre la brecha existente entre el avance de las NTIC y la pobreza rural. También resultó una publicación llamada *Lo que hay que ver: radio, NTIC e interactividad*.<sup>8</sup>

5 Memorias del evento en: [http://www.calandria.org.pe/rec\\_descarga.php?id\\_rec=279](http://www.calandria.org.pe/rec_descarga.php?id_rec=279)

6 Ver memorias del evento en: <http://www.comunica.org/onda-rural/index.htm>

7 Declaration of the 2800 (Declaración de los 2800) en <http://www.comunica.org/onda-rural/declaracion.htm>

8 The One to Watch: Radio, New ICTs and Interactivity (Secreto a Voces. Radio, Nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs) e interactividad) Publicación completa en <http://comunica.org/secreto/>

*Taller regional sobre comunicación para el desarrollo y modos de vida sostenibles*, llevado a cabo del 28 de mayo al 1 de junio de 2006 en Costa Rica<sup>9</sup>

El *Encuentro internacional de comunicación y desarrollo de los pueblos indígenas*, realizado del 13 al 15 de septiembre de 2006, en Santacruz, Bolivia.<sup>10</sup> Convocado con el apoyo de la FAO y Calandria, instituciones socias de La Iniciativa de la Comunicación.

Estos eventos fueron el preámbulo en Latinoamérica para el Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo en Roma, donde participaron 915 personas de las cuales 500 fueron seleccionadas previamente de todos los países del mundo: responsables de diseñar políticas, organizaciones no gubernamentales donantes y receptoras, profesionales de la comunicación, académicos, responsables de proyectos de desarrollo, medios de comunicación comerciales y ciudadanos, organismos internacionales multilaterales, ministros y autoridades del Tercer Mundo, premios Nobel. Todos ellos debatieron durante 3 días la necesidad de introducir de manera mas profunda y estrecha la disciplina de la comunicación para el desarrollo dentro de las políticas y prácticas de las corrientes dominantes del desarrollo.

El Congreso se estructuró alrededor de tres grandes temas: salud, gobernabilidad, sostenibilidad y laboratorios de producción. Dentro de cada uno, se invitó a tres ponentes a presentar diferentes aspectos de la problemática y así abrir la discusión. Posteriormente los participantes presentaron sus ponencias especializadas, y producto de investigaciones y trabajos previos en cada uno de los campos.

- La primera: *Comunicación para la gobernabilidad, la participación y la transparencia*, trató temas como el interés público, la rendición de cuentas, la creación de sistemas de comunicación, la lucha contra la corrupción, la transparencia en las instituciones, la gobernabilidad en la práctica.
- La segunda: *Comunicación para el desarrollo sostenible: seguridad alimentaria, la administración de recursos naturales la comunicación en el marco de la globalización, lucha contra la pobreza, la dimensión local.*
- La tercera: *La salud en la era de la pobreza: Mentiras sobre el sexo, la historia del SIDA, vacunas y erradicación del polio, dar voz y control a quienes están afectados, salud y derechos, uso de información para respaldar procesos.*

9 Primer Taller Regional sobre Comunicación para el Desarrollo y Modos de Vida Sostenibles Informe del Taller en: [http://www.comunicacionparaeldesarrollo.org/media/uploads/cyclope\\_old/adjuntos/Doc\\_Base\\_2006.pdf](http://www.comunicacionparaeldesarrollo.org/media/uploads/cyclope_old/adjuntos/Doc_Base_2006.pdf)

10 Ver declaración del evento en: [www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/comunicacion\\_desarrollo.doc](http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/comunicacion_desarrollo.doc)

- La cuarta: *los laboratorios de medios*: la comunicación para el desarrollo en la era digital, la inclusión social, la capacidad de efectividad que tiene la comunicación, comunicación participativa, los medios comerciales y la comunicación para el desarrollo, Las noticias como elementos para el desarrollo.

Después de los tres días de trabajo la plenaria del Congreso llegó a un Consenso<sup>11</sup> que dejó por escrito los resultados, conclusiones y recomendaciones.

Los principales aspectos de este consenso fueron las siguientes:

- Hay evidencia documentada de los resultados e impactos de abordar los procesos de desarrollo incluyendo estrategias de comunicación. Se documentan muchísimos casos en los eventos previos y en los traídos al Congreso.
- Los principales retos actuales de la humanidad están relacionados con la superación de la pobreza. Este aspecto está muy bien documentado en Las Metas para el Milenio.
- Los derechos a la igualdad y a la comunicación están protegidos y reconocidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo que utiliza un amplio espectro de instrumentos y métodos. Busca el cambio a diferentes niveles, como son: escuchar, construir confianza, compartir conocimientos y habilidades, construir políticas, debatir y aprender para lograr un cambio significativo y sostenible. No son relaciones públicas o comunicación corporativa.
- Se requiere que las organizaciones responsables del desarrollo le den mayor prioridad a los elementos esenciales de los procesos de la comunicación para el desarrollo, como ha sido demostrado por la investigación y por la práctica. Por ejemplo: el derecho y la posibilidad de que la gente participe en las decisiones que los afectan; o, asegurarse de que a gente tiene herramientas de comunicación para que ella misma se pueda comunicar.
- Hay que alcanzar procesos de largo plazo. No se trata solamente de mejorar la eficiencia de los esfuerzos, se trata de alcanzar procesos sociales y económicos sostenibles, como la construcción de la ciudadanía y la gobernabilidad. O, profundizar los vínculos y procesos comunicativos

<sup>11</sup> The Rome Consensus – Communication for Development – A major Pillar for development and change. El texto del Consenso se puede descargar en: <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/RomeConsensus07.pdf>

entre la gente de una comunidad o sociedad. Estos son pilares fundamentales para cualquier desarrollo

En cuanto a recomendaciones:

- Todas las políticas nacionales de desarrollo deben incluir componente específicos de comunicación.
- Las organizaciones para el desarrollo deben incluir la comunicación para el desarrollo como un elementos central desde el comienzo del programa.
- Se debe fortalecer la capacidad de la comunicación para el desarrollo en todos los niveles en todos los países y organizaciones. Esto incluye: personas en las organizaciones, especialistas en comunicación para el desarrollo, y otro personal necesario para el desarrollo de futuros cursos y programas académicos.
- Expandir el nivel de inversión financiera para garantizar financiación adecuada y coordinada para los elementos definidos como centrales de la comunicación para el desarrollo, mencionados anteriormente. Esto incluye un presupuesto suficiente para desarrollar la comunicación.
- Adoptar e implementar políticas y legislación que proporcionen un ambiente adecuado para la comunicación para el desarrollo, incluyendo el uso de medios libres y plurales y el derecho a la información y a la comunicación.
- Los programas de comunicación para el desarrollo deben identificar e incluir metodologías e indicadores de seguimiento y evaluación a lo largo de todo el proceso.
- Consolidar las asociaciones y redes en os niveles internacional, nacional y local para avanzar en la comunicación para el desarrollo y mejorar sus resultados.
- Ir hacia un concepto de derechos basados en la aproximación de la comunicación para el desarrollo.

La peruana Rosa María Alfaro (2006) aportó al marco de apertura y al direccionamiento de las presentaciones y los debates. Varias de las recomendaciones que incluye en este texto, son retomadas luego en las recomendaciones finales de la plenaria. El título de su ponencia, bastante dicente, sintetiza, en parte el enfoque de este marco: *Sin comunicación no hay desarrollo*. En él recoge lo que ha sido la experiencia y el recorrido de la comunicación para el desarrollo en el continente y de la manera como este ha ido evolucionando ligando ciertos aspectos, siempre en un debate entre la conceptualización y el campo de la teoría, y la realidad de la práctica, presionada por las urgencias de los cambios. Se refiere en particular, a los aprendizajes de América Latina

en las cuatro áreas que el Congreso relevó: Salud, Gobernabilidad, Sostenibilidad y producción en medios.

Algunas recomendaciones que pueden surgir de esta participación de latinoamericanos en el evento, son:

- Concebir la comunicación para el desarrollo como un proceso que está permanentemente en evolución y que por lo tanto, requiere de una reflexión permanente y de la sistematización y análisis de las experiencias que en este campo se dan, para obtener las lecciones aprendidas de los éxitos y los fracasos.
- Difundir el proceso y los resultados del evento y generar debates a varios niveles y en diferentes ámbitos del desarrollo, a partir de las ponencias y demás materiales que allí se llevaron.
- Fortalecer las redes de las personas y organizaciones que están vinculados con este campo en búsqueda de intercambiar y generar conjuntamente resultados e impactos en los países.
- Vigorizar en los currículos universitarios las materias relacionadas con la comunicación para el cambio social, así como la investigación y las prácticas de campo.
- Generar y fortalecer redes entre quienes definen políticas de desarrollo, quienes las ejecutan y los expertos en comunicación para el desarrollo para diseñar procesos conjuntamente incluyendo además la participación de las comunidades de base.
- Aumentar el número de eventos en los cuales se presenta y debaten experiencias de comunicación para el desarrollo que permita conocer y compartir las entre quienes las viven y realizan.

Pasados seis años de este gran Congreso, todavía no se ven los resultados en la aplicación de toda esta riqueza conceptual y este debate mundial en las instituciones que tienen bajo su cargo los temas del desarrollo. Si se logró reformular el concepto de comunicación para el desarrollo, pero éste no se ve en las nuevas políticas y diseños, al menos en América Latina.

*¿Cuál es el camino?*

Tomado como fundamento los avances logrados a la fecha, en término del pensamiento sobre este nuevo campo que surge a la luz pública de las experiencias sostenidas en la sociedad, es necesario plantearse algunas inquietudes acerca del futuro que si bien avanza, no se ve claro para todos.

De una parte, existe el tema de la relación entre lo *local-global*. El campo de la comunicación para el cambio social surge de experiencias localizadas

en comunidades específicas alrededor del planeta. Esta necesidad de mirar con microscopio la realidad para ver en ella la densidad del tejido social y la actividad comunicativa que allí se origina para transformarlo buscando mejores condiciones de vida, participación, incidencia en la vida política y social, promoviendo identidades y raíces, ha llevado a cientos de pequeños y grande estudios siguiendo los pasos de *Haciendo Olas*<sup>12</sup>. Estos han mostrado las inmensas diferencias que hay de un caso a otro, la creatividad particular y propia de cada lugar, mostrando un abanico infinito de posibilidades de existir como experiencias de comunicación ciudadana y comunitaria. La necesidad de hacerse visibles para mostrar lo que se es, lograr reconocimiento y así, legitimidad, se dispara como una explosión contenida de siglos y así, lograr consideradas experiencias que cuentan en los destinos de una sociedad.

Pero frente a este hecho la pregunta es ¿cómo se relacionan unas con otras? ¿Cómo dialogan? ¿Se enriquecen mutuamente? Podrían correr el riesgo de quedarse en lo local, en lo pequeño y no trascender de allí. Para que esto alcance un nivel mayor que convoque e incida mas allá del ámbito de la experiencia misma, requiere escalar de lo local a lo regional, nacional, internacional y global.

Un segundo aspecto es la *inmensa diversidad* de experiencias que se abarcan con el término *comunicación para el cambio social*. Y a pesar de que se han planteado arriba las variables que permiten pensar en ellas como un espacio coincidente (participación, surgen y respetan culturas, lenguas e historias propias, adoptan tecnologías, establecen redes, transforman realidades concretas) esas variables no son suficientes para establecer un campo común como un todo en sí mismo, como por ejemplo si es posible entender con un solo término otro campo de la comunicación: *los medios de comunicación masivos y comerciales*. Esta gran variedad en todos sus aspectos: culturas, uso de tecnologías y medios, tipos de comunidades y grupos que los operan, deciden sobre ellos, fines que persiguen, maneras de financiarse etc., pueden llevar a que mas que parecerse entre ellos, se distancien, se tropiecen unos contra otros y entren en dinámicas de competencia y rivalidad, por ejemplo. También sucede que sean experiencias pasajeras, no sostenibles.

Estos dos aspectos, entre muchos otros, hacen temer que tanto las experiencias mismas de comunicación para el cambio social que han llevado a la reflexión sobre su existencia e impacto social, como al pensamiento mismo que se ha derivado de ellas, sean tan solo otro caprichoso capítulo de la

---

12 Ver entre ellos; Rincón O. (2007); Cadavid y Beltrán, (2007); Rodríguez C. (2008); Cadavid y Pereira (2012)

comunicación anti hegemónica, como han existido otros anteriormente. Y no es un temor por la posible vacuidad de estas experiencias en el tiempo, sino plantear la necesidad urgente de afianzar profundización conceptual y teóricamente sobre ellas, creando plataformas de pensamiento que regresen a ellas para alimentarlas con el conocimiento que ellas mismas derivan y así se fortalezcan y den pasos sostenidos hacia el futuro.

El temor es que se queden allí en lo folclórico y casuístico, en lo local pintoresco y no logren trascender con los descubrimientos y avances mismos de sus, posiblemente pequeñas experiencias (miradas desde lo global) hacia las transformación, que en esta etapa de la historia son contundentes y globales.

Volviendo a los objetivos del milenio, la pregunta es ¿Cómo aporta este campo de la comunicación para el cambio social allí? ¿Qué es necesario hacer?

### *Algunas rutas*

Ya hay avances importantísimos que es necesario rodear y fortalecer, entre ellos la existencia de la red global *Our Media/Nuestros Medios*, integrada por cerca de 2000 miembros alrededor del mundo, todos ellos de procedencias diversas. Su finalidad es unirse en una posición humanista y de sostenibilidad integral del planeta y su civilización para hacerse ver en varios escenarios: el de aquellos que toman las decisiones sobre las posibilidades de la palabra, la expresión, la visibilidad de las formas diversas en que los hombres han habitado y construido a lo largo y ancho del planeta – los que diseñan e implementan políticas de comunicación en los gobiernos, las empresas, las entidades de cooperación, las organizaciones de la sociedad civil -.

El de aquellos que desde diferentes ámbitos y niveles son responsables por cuidar de los DDHH y el DIH como el mas sagrado bien de todos los tiempos y mostrar cómo en el corazón de ellos se encuentra precisamente el derechos al reconocimiento y a la palabra, que está en el corazón de la comunicación para el cambio social.

El de aquellos que han aportado grande avances tecnológicos a la comunicación y que han derivado de ello procesos de enriquecimiento innecesarios en pocas manos, para que volteen su mirada hacia estos ámbitos que hacen un uso, a veces subordinado, de ellas y tal vez fuera de mayor riqueza y satisfacción para ellos buscar riqueza social transformadora con su campo de innovación.

Y los más importantes, aquellos quienes en todos los rincones del mundo, con una grabadora, una cámara, un PC, una pizarra, o simplemente con su propia voz vive y trabaja solo para que con sus aportes desde esa comunicación que ha vuelto su vida, cambien las condiciones de existencia de quienes lo rodean y ojalá Haciendo Olas.



La red Our Media /Nuestros Medios es una iniciativa de red que hay que alimentar, enriquecer y hacer crecer porque ella en si misma es un ejemplo de diálogo enriquecido y de comunicación.

Otra experiencia que hay que ahondar y enriquecer es el papel de la universidad en este proceso. De un lado, se ha avanzado incluyendo cátedras de comunicación para el desarrollo y el cambio social en los currículos de los programas y facultades de comunicación. Recientemente se han venido fundando Maestrías en este campo también. La formación de profesionales que comprendan y puedan actuar en este campo es vital. Pero también el trabajo investigativo, la generación de nuevo conocimiento, que se produzca en diálogo de saberes principalmente, pero también en profunda reflexión teórica, porque es desde esta que es posible el diálogo en el contexto del campo de la comunicación y la cultura y el de las ciencias sociales.

De hecho, a la fecha hay en ciernes la creación de una red de Maestrías en Comunicación Desarrollo y Cambio social, quienes se reunirán en el mes de agosto de 2014 en la Universidad Minuto de Dios de Bogotá para intercambiar y analizar las posibilidades de una red de intercambios que las fortalezca. Y será una red cuya características de volcarse sobre la sociedad, para también aprender de ella.

Ya existe un espacio en ALAIC y otro importantísimo en AIERI, es necesario y urgente cuidarlos, mantenerlos, participar y aportar desde la academia, y desde las experiencias sociales.

La universidad debe además abrirse de manera más programática hacia estas experiencias, brindándoles apoyo, asistencia y acompañamiento. Logrando un diálogo de saberes a fondo, verdadero, porque es en esta práctica donde realmente ambos se enriquecen y el campo se consolida hacia el futuro.

Estamos en un momento clave de este campo, hay que poner en práctica entre nosotros los principios propios de la comunicación para el cambio social: lograr esa visibilidad y reconocimiento de todos, ese diálogo e intercambio profundos, y vernos actuando en red caminando hacia un futuro, que por ahora parece incierto y peligroso. Pero también hace parte de la historia el nunca perder la esperanza.

### *Corolario*

Sin embargo, la más importante de todas las conclusiones que se pueden sacar de una reflexión como esta es tener cuidado en no caer en “La doctrina de la comunicación, desarrollo y cambio social”. Hay que evitar imaginarla como un solo bloque único de pensamiento y acción. En la medida en que sus

raíces y formas de expresión son diversas, en ricas sociedades multiculturales, esa misma diversidad debe ser integrada al pensamiento. Y la construcción futura de una teoría debe involucrar este importante elemento. Es la tarea que tienen hoy cientos de investigadores, activistas, formadores y académicos que no solo piensan investigan y enseñan sino que viven estas realidades.

### *Bibliográficas*

- Alfaro, R. (Octubre de 2006). *Sin comunicación no hay desarrollo*. Palabras de apertura en el WCCD, Roma. Recuperado de: <http://webzone.k3.mah.se/projects/gt2/viewarticle.aspx?articleID=103&issueID=10>
- Beltrán, L. (1976). *Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica*. Caracas: Mimeo.
- BM (1995). *Guatemala: Una evaluación de la pobreza*. Washington: Reporte 12313-Gu.
- Bourdieu, P. (1985). *The forms of capital, Handbook of theory and research for the sociology of education*. NY, Greenwood: Ed. J Richardson,
- Cadavid, A. y Pereira, J. (Eds) (2011). *Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, Cátedra UNESCO de Comunicación*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, UNIMINUTO, FES, UNESCO.
- \_\_\_\_\_ y Beltrán, M. (2007). *Memorias del Seminario Iternacional sobre Comunicación y Violencia*. Bogotá: PUL, Fundación Colombia Multicolor
- Coleman, J. (1990). *Foundations of social theory*, Estados Unidos: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust, the social values and the creation of the prosperity*, New York: Free Press
- Garrido, O. (2002). Del muticulturalismo a la ciudadanía global. En *Investigación y Desarrollo*, 10 (2), 170 - 187
- Gumucio, Alfonso (2002). *Comunicación para la salud, el reto de la participación*. Recuperado de: <http://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio1.htm>
- La iniciativa de la comunicación (2004). *Entrevista a Clemencia Rodríguez, Amparo Cadavid y Jair Vega*. Recuperado de: <http://www.comminit.com/node/67420>
- Martín Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo, travesías de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura económica, pg. 49
- Putman, R. (1993). *Making democracy work: civil traditions in modern Italy*. Princeton: University Press
- Rincón, O. (2007). *Ya no es posible el silencio*. Bogotá: FES
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- \_\_\_\_\_ (2008). *Lo que le vamos quitando a la Guerra*. Bogotá: FES.

- Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. México: Planeta
- Vega, J., Suárez L. y Mendivil C. (2004). Joven habla joven una experiencia de comunicación y salud con poblaciones del Caribe Colombiano. En *Investigación y desarrollo*, 12 (1), 210 – 237.
- Woolcock, M. (1998). Social capital end economic development. Toward a theoretical synthesis and policy framework. En *Theory and Society*, 27 (2), 151 - 208