

El comunicador para el desarrollo y el cambio social. Apuntes para la construcción de un perfil

The communicator for development and social change. Notes for the construction of its profile

Gloria Huarcaya

Resumen: A menudo se cree que el desempeño profesional de los comunicadores se limita al Periodismo y los derivados de la Comunicación Corporativa, el Marketing y la Publicidad. Desde el ámbito académico se ha prestado poca atención al Comunicador para el Desarrollo y el Cambio Social, aquel profesional que interviene en los procesos de desarrollo para promover la participación de los beneficiarios. El siguiente artículo propone revisar el perfil de este profesional a partir de su quehacer práctico, el cual vincula e incluye conocimientos, habilidades y actitudes de la Comunicación, la Antropología y la Educación.

Abstract: It is a common thinking that communicator's professional landscape ends in journalism and other derives, as corporate communication, marketing and advertising. Even academia has proven little interest in communicators for development and social change, a practitioner that play an important role in development processes in order to promote the participation of stakeholders. The following paper offers a review on this practitioner's profile from the standpoint of his professional exercise, one that links and includes knowledge, skills and communication attitudes, anthropology as well as education.

Promover e impulsar el desarrollo es una tarea compleja. No bastan buenas intenciones, aplicación de tecnología avanzada, conocimientos especializados o un presupuesto holgado; lo primordial es que el grupo humano beneficiario se involucre en un proceso de cambio, que

le permita alcanzar una mejor calidad de vida.

La participación organizada de la población es la única garantía de la sostenibilidad del desarrollo. No se puede concebir procesos de desarrollo

Gloria Huarcaya es Licenciada en Comunicación por la Universidad de Piura. Actualmente trabaja en el Instituto de Ciencias para la Familia (ICF) de la citada Universidad. ghuarcaya@udep.edu.pe

donde los beneficiarios sean sujetos pasivos que se limitan a consentir las intervenciones que realiza una institución, o donde el espacio de la población se reduce a una “participación utilitaria”, destinada a convencer y persuadir a posteriori sobre los beneficios de “acciones de desarrollo” ejecutadas sin consulta previa.

La comunicación para el desarrollo y el cambio social tal como se entiende actualmente supone un uso intencionado, estratégico, planificado y potencialmente evaluado de acciones y recursos de comunicación en un proceso de desarrollo concreto (con actores, objetivos, plazos, financiamiento), o un uso intencionado, directo, explícito y sistemático de los recursos de comunicación para superar un problema social identificado.

Está presente en el trabajo que realizan las instituciones civiles, públicas y no gubernamentales para la promoción del desarrollo, y en toda iniciativa cuyo objetivo final sea elevar la calidad de vida de un grupo humano, promover su bienestar material y espiritual (tal como propone el modelo de Desarrollo Humano), impulsar un cambio social a partir de la búsqueda del bien común, que permita que la vida social sea medio de autorrealización personal.

Para entender el alcance de la comunicación para el desarrollo y el cambio social –denominación equivalente a comunicación para el desarrollo– es necesario reflexionar sobre la evolución que han tenido los

modelos de desarrollo después de la Segunda Guerra Mundial, pues éstos han determinado el nivel de participación de los beneficiarios; y el enfoque participativo de los modelos de desarrollo ha sido el elemento dinamizador que ha determinado los usos de la comunicación.

“A lo largo de estas tres décadas, el papel de la comunicación ha sufrido un cambio radical desde un enfoque de transmisión de mensajes unidireccional y vertical, desde los técnicos hacia los campesinos, hasta un proceso social diseñado para juntar ambos grupos en un proceso de intercambio de informaciones de doble vía entre interlocutores (iguales en comunicación), en síntesis un proceso de comunicación participativa” (FAO, 2001b).

Comunicación para el desarrollo y el cambio social: evolución y funciones

El empleo de la comunicación para lograr el cambio social es una idea que está presente desde los orígenes de la comunicación para el desarrollo. Cuando el paradigma de la modernización estuvo vigente en los ‘50 y ‘60, la expectativa sobre la comunicación estaba centrada en su capacidad para incentivar la adopción de costumbres modernas y el uso de tecnologías innovadoras.

Si bien el propósito de impulsar el cambio social se ha mantenido, ahora

presenta un enfoque distinto. En la actualidad la comunicación se muestra como impulsora de un cambio social, que permite a la comunidad fortalecer su organización social, participar en la toma de decisiones referidas a su propio desarrollo, y en definitiva hacerse dueña de su propio destino.

El estudio de este campo presenta varias dificultades, entre éstas, la diversidad de denominaciones utilizadas: comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, comunicación para el desarrollo y el cambio social.

Algunos especialistas utilizan el término comunicación para el cambio social, para referirse a un “paradigma reformulado que rescata y profundiza el camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y la comunicación participativa, mientras que incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los modelos de modernización” (Gumucio, 2003, 3).

Aunque no se puede precisar la autoría del término comunicación para el cambio social¹, se comprueba que han sido los investigadores de la Fundación Rockefeller quienes lo han utilizado sistemáticamente desde 1997, cuando se iniciaron una serie de reuniones internacionales para “discutir el papel de la comunicación en los cambios sociales en el siglo que se avecinaba” (Gumucio, 2003, 22).

El cambio social que se persigue no debe interpretarse como un cambio de

comportamiento individual o un cambio de conducta inducido, –premeditado, por quien lo impulsa–, para lograr persuadir sobre algo a quien lo toma. El cambio social no es genuino si resulta impositivo. La comunicación para el cambio social permite que éste sea producto de un consenso, de un proceso endógeno, de un diálogo libre.

“La comunicación para el cambio social, por otro lado, se define como un proceso de diálogo privado y público, a través del cual las gentes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo. Por cambio social entendemos un cambio en la vida de un grupo social, de acuerdo a los parámetros establecidos por ese mismo grupo. Esta aproximación busca especialmente mejorar las vidas de los grupos marginados (tanto política como económicamente), y está guiada por los principios de la tolerancia, la auto-determinación, equidad, justicia social y participación activa de todos” (Gray, Deane, 1999).

Una pregunta acertada sería averiguar qué es lo nuevo o diferente que propone la comunicación para el cambio social (CCS) sobre su antecesora, la comunicación para el desarrollo, modelo que a su vez se ha enriquecido con las innovaciones de la comunicación participativa y los modelos de comunicación derivados de las teorías difusionistas.

Para Gumucio, la CCS es una continuación de los principios de la comunicación para el desarrollo, y ha heredado de ésta “la preocupación por la cultura y por las tradiciones comunitarias, el respeto hacia el conocimiento local, el diálogo horizontal entre los expertos del desarrollo y los sujetos del desarrollo. Mientras que la comunicación para el desarrollo se convirtió en un modelo institucional y hasta cierto modo vertical, aplicable y replicable como lo prueban las experiencias apoyadas por la FAO, la comunicación para el cambio social no pretende definir anticipadamente ni los medios, ni los mensajes, ni las técnicas, porque considera que es del proceso mismo, inserto en el universo comunitario, del que deben surgir las propuestas de acción” (Gumucio, 2003, 22).

Hasta el momento no existe una razón contundente para plantear una distinción entre la comunicación para el desarrollo y la comunicación para el cambio social; antes bien se podría pensar en su complementariedad, pues son modelos aún en renovación constante, y está demostrado que el desarrollo no puede darse sin un proceso de cambio social en el grupo involucrado.

Aunque este trabajo no alcance para resolver la terminología de la materia que le ocupa, se apostará por el término comunicación para el desarrollo y el cambio social, nomenclatura que fue utilizada por consenso en una reunión importante de investigadores en

Bellagio (Italia), en 2002. En este encuentro se concluyó que el propósito clave de ésta es: “Utilizar la comunicación para facilitar los esfuerzos de las personas por lograr mejoras sostenibles en el bienestar individual y colectivo” (vv.aa, 2002, 13)

El cumplimiento de este propósito exige a la comunicación para el desarrollo y el cambio social desempeñar dos funciones clave:

- A. “Permitir o facilitar el diálogo con las comunidades y al interior de éstas en apoyo a procesos sostenibles de definición de políticas y toma de decisiones, y fijar metas viables que requerirían la contribución de enfoques de comunicación”.
- B. “Utilizar estrategias, métodos, recursos de comunicación para alcanzar las metas actuales, y fortalecer la capacidad para abordar los problemas de desarrollo futuros y las cuestiones relacionadas con el cambio social” (vv.aa et al., 2002, 13).

La primera de las funciones clave se refiere a la facilitación del diálogo entre comunidades y al interior de éstas como apoyo a los procesos de desarrollo. Este diálogo permitirá que la comunidad misma establezca las metas de desarrollo, los tiempos en que desea alcanzarlas y su forma de contribución.

La segunda función comprende el uso de estrategias, métodos y recursos de comunicación para alcanzar las metas propuestas, fortalecer la capacidad local

para abordar los temas relacionados al desarrollo futuro.

Se aprecia que en la reunión de Bellagio (2002) se utilizó el término comunicación para el desarrollo y el cambio social, por lo que no es arriesgado apostar por esta denominación. En un ejercicio por relacionar y sintetizar, se concluye que la comunicación para el desarrollo y el cambio social es un campo especializado (en teorías y prácticas) de la Comunicación Social, el cual propone el uso planificado de recursos de comunicación para lograr que un grupo social involucrado en un proceso de desarrollo alcance sus objetivos a través del compromiso y la participación.

En una primera fase permite que la población fije su agenda de desarrollo de acuerdo a sus expectativas de progreso, ideales, necesidades, limitaciones, recursos y la conciencia de sus problemas locales. Es la etapa del diálogo abierto que permite explorar, unificar y fortalecer el deseo de un porvenir mejor, responder a la pregunta ¿qué queremos ser?, y lograr un reconocimiento entre los representantes principales del diálogo.

La comunicación para el desarrollo y el cambio social facilita el diálogo social pues es como metodología envolvente “permite a las comunidades articular sus valores, reconciliar diferentes intereses y actuar sobre asuntos importantes. Ocupa a la gente en el diálogo sobre difíciles puntos en disputa, por eso puede ser lenta e impredecible” (Reardon, 2003, 2).

En una segunda fase, la comunicación para el cambio social brinda apoyo para la consecución de los objetivos de desarrollo que la comunidad, con la orientación que una institución pública o privada, se ha propuesto. Es importante recalcar que los objetivos de desarrollo no sólo son aquellos referidos a transformaciones materiales; incluyen también cambios de costumbres negativas, adquisición de nuevos hábitos, la destrucción de prejuicios excluyentes, estereotipos discriminatorios, la ampliación de horizontes y en definitiva todo aquello que permita potenciar las capacidades humanas.

Si antes la comunicación para el desarrollo planteaba a los expertos un uso estratégico de la comunicación a partir de la realidad que descubrían sobre una población en cuestión; ahora puede enriquecerse con la incorporación del diálogo social como metodología previa para que sea el propio grupo social quien fije su horizonte de desarrollo y vislumbre los medios para alcanzarlo. Esto sin duda, despertará mayor expectativa y motivación en la comunidad para trabajar por su propio cambio.

El campo en cuestión exige la pericia de un comunicador profesional, formado en una Facultad de Comunicación, con instrucción técnica y visión humanística. La complejidad del trabajo exige conocimientos sobre las distintas herramientas del mundo de la comunicación (periodismo, publicidad, relaciones públicas, marketing social, etc), y también una base de estudios

humanísticos que permitan la comprensión de los contextos socioculturales.

El comunicador para el desarrollo y el cambio social

Resulta prematuro concebir un perfil profesional para este campo de la comunicación, porque los elementos que configuran la profesionalidad de una disciplina están en este caso aún gestándose. De hecho pensar en la profesionalidad de una actividad se presenta como una tarea ardua y “problemática”, pues resulta ser un terreno de “renegociación constante” entre diferentes variantes sociales (Reese, 1999, 49-51).

María José Canel, Teresa Sádaba y Stephen Reese son algunos investigadores que han indagado sobre las actitudes profesionales de los periodistas a partir de los siguientes indicadores: existencia de una comunidad profesional, formación académica especializada, índice significativo de asociacionismo, publicaciones especializadas, cumplimiento de un papel social de la actividad y existencia de códigos éticos de conducta.

Si se aplican estas mismas variables para medir la profesionalidad de la comunicación para el desarrollo y cambio social, se concluye que ésta no se ha cristalizado por completo, a pesar de las recientes iniciativas por constituir estudios especializados de post grado, y de la atención de la comunidad

internacional sobre el tema. Si bien como actividad este campo de la comunicación tiene más de sesenta años, su trayectoria académica, disgregada en múltiples ciencias sociales, ha sido insuficiente para constituir un espacio de investigación específico, con métodos y modelos propios, escuelas de pensamiento y experimentación.

El aporte de reflexión más importante sobre la figura del comunicador para el desarrollo y el cambio social ha provenido de la reunión de especialistas realizada en Bellagio en 2002. En el encuentro se presentaron los resultados de un estudio Delfos sobre las habilidades, conocimientos y actitudes más importantes del comunicador para el desarrollo y el cambio social. La investigación fue diseñada por el Proyecto Cambio (The Change Project) y ejecutada a través del portal La Iniciativa de Comunicación.

Lo característico de un estudio Delfos es que no ofrece una muestra representativa, sino un conjunto valioso de opiniones. Las encuestas fueron contestadas voluntariamente por 315 comunicadores y profesionales vinculados a la promoción del desarrollo. En una primera ronda se establecieron las categorías sobre los atributos más importantes del comunicador para el desarrollo y el cambio social, y en la segunda ronda se estableció el grado de jerarquía para estas categorías (vv.aa, 2002, 50-55).

El estudio demostró que existe un alto consenso sobre aquello que se considera

importante para el trabajo de este comunicador. A continuación se reproducen los cuadros resúmenes del estudio Delfos, donde se muestran en orden de importancia los atributos correspondientes a las habilidades, conocimientos y actitudes que un comunicador competente debe tener. Las líneas gruesas marcan la división de la clasificación promedio que se obtuvo a partir de la votación.

La clasificación promedio para las habilidades o aptitudes fue de 8.5 sobre 10. De acuerdo a los resultados, se comprueba una alta valoración hacia las destrezas que exigen una relación estrecha y cercana entre el comunicador

y la comunidad. Las capacidades de comprender al público destinatario y la de movilizar a la gente ameritan que el comunicador tenga un conocimiento amplio y directo de la comunidad con la que trabaja. Así las destrezas técnicas para la producción de mensajes en diferentes soportes quedan relegadas a un segundo plano, lo que confirma que en este campo, el proceso, el diálogo interpersonal es más importante que los mensajes pre-elaborados o los productos de comunicación (ver tabla 1).

La clasificación promedio para los conocimientos fue de 7.70 sobre 10. El saber más relevante tiene bastante relación con las habilidades más votadas,

Tabla 1

HABILIDADES "Un comunicador competente para el desarrollo y el cambio social sabe cómo..."	Clasificación promedio	% que dice que esta destreza es la más importante
Comprender al público destinatario, informarse sobre el contexto/la cultura, analizar la situación	9.32	23.2
Escuchar, observar	9.20	6.1
Comunicar en forma clara y eficaz (escrita y hablada)	9.01	7.7
Usar métodos participativos, dar a las comunidades una voz	8.98	9.4
Relacionarse e identificarse con la gente, comunicar y trabajar a través de las culturas	8.87	8.8
Motivar, movilizar, comprometer a la gente	8.81	18.9
Establecer asociaciones (negociar, cimentar la confianza), colaborar, crear vínculos	8.84	9.4
Desarrollar estrategias de comunicación e intervención	8.56	7.1
Administrar (coordinar tareas, priorizar, organizar, resolver problemas)	7.97	3.0
Planificar, dirigir y utilizar la investigación, evaluar	7.73	5.1
Producir y usar medios de comunicación, por ejemplo, programas radiales, materiales impresos	7.78	1.3
Organizar reuniones y facilitar la discusión	7.64	0

pues el conocimiento de “las condiciones locales, incluidos la cultura y el idioma, los asuntos...” exige al mismo tiempo la capacidad para comprender los contextos socioculturales. En esta tabla se verifica también el reconocimiento que hace el público sobre la importancia del estudio de la Comunicación –en general–, de otras ciencias sociales como la Antropología, Sociología, Psicología; y de temas vinculados a éstas como el cambio social (ver tabla 2).

respuestas de esta sección confirman el carácter participativo que tiene la comunicación para el desarrollo y el cambio social. La disposición a favorecer la participación en los procesos comunicativos exige otras actitudes – como muestra el cuadro– como el respeto por la diversidad, la tolerancia; creer en el valor de las personas y sus posibilidades de cambiar, el valor de los recursos locales y de la comunicación como impulsora del cambio social (ver tabla 3).

La clasificación promedio para las actitudes fue de 8.7 sobre 10. Las

Las categorías presentadas por este estudio Delfos sirvieron de base para la

Tabla 2

CONOCIMIENTOS “Un comunicador competente para el desarrollo y el cambio social tiene una comprensión básica de...”	Clasificación promedio	% que dice que esta destreza es la más importante
Las condiciones locales, incluida la cultura y el idioma, los asuntos comunitarios y los problemas interculturales	8.80	24.1
La comunicación (incluida la teoría)	8.16	13.5
La planificación y puesta en marcha de programas, la planificación de la comunicación	8.03	7.4
El desarrollo	7.87	5.5
El uso de diferentes medios de comunicación, incluidos los medios de comunicación de masas	7.80	7.4
El comportamiento organizacional, el cambio organizacional, la dinámica de grupo	7.64	4.8
La teoría del cambio de comportamiento, el comportamiento humano, la psicología social, la psicología conductual	7.54	13.5
Las ciencias sociales, la antropología, la sociología, la teoría del cambio social	7.51	14.1
Los principios y práctica de la educación, el adiestramiento, la educación de adultos	7.47	3.5
Los métodos de investigación, la evaluación, la investigación cuantitativa/ cualitativa	7.37	1.6
La pericia técnica en áreas temáticas específicas (género, infección por el VIH/SIDA, salud reproductiva)	6.99	2.9
Las ciencias políticas, los asuntos políticos, las políticas, la historia	6.93	1.6

Tabla 3

ACTITUDES “Un comunicador competente para el desarrollo y el cambio social cree que/ cree en...”	Clasificación promedio	% que dice que esta destreza es la más importante
El respeto por la diversidad humana y cultural, la tolerancia	9.27	11.5
La importancia de la participación (escuchar y dialogar)	9.22	13.2
El valor de las personas y los recursos locales	9.09	11.8
La honestidad, la franqueza, la verdad, la integridad	9.00	9.0
El trabajo en equipo, la colaboración, la participación	9.05	6.6
La comunicación puede lograr un cambio	8.93	10.1
La equidad, la justicia social, los derechos humanos	8.74	8.0
El cambio y el cambio social son posibles, las personas pueden cambiar	8.89	10.8
La importancia del aprendizaje	8.64	3.1
La democracia, el derecho a la autodeterminación, el control local	8.27	5.9
El cambio implica un enfoque integral	8.22	8.0
La bondad humana, el humanismo, la ayuda	7.78	2.1

tesis de licenciatura presentada por la autora, quien trasladó la reflexión de los atributos del comunicador al pasado, para analizar el desempeño de los comunicadores que en décadas anteriores trabajaron bajo otros paradigmas de comunicación para el desarrollo².

Para tal objetivo, la investigación de quien suscribe, revisó y analizó cuatro experiencias peruanas de desarrollo, caracterizadas por representar diferentes propuestas de desarrollo y de comunicación: Proyecto Vicos (paradigma de la modernización-difusión de innovaciones), Radio Quillabamba (desarrollo alternativo-comunicación participativa), Centro de

Servicios de Pedagogía Audiovisual para la Capacitación (desarrollo rural-comunicación para el desarrollo) y la Agenda Ambiental Huallaga (desarrollo humano-comunicación para el desarrollo y el cambio social).

Al análisis de las experiencias de desarrollo y su enfoque participativo, se unió la reflexión sobre los resultados del estudio Delfos³ y resultó la propuesta de considerar el perfil del comunicador desde tres ejes directrices, entendiendo que los rasgos diferenciales que conforman la estructura de este sujeto se sostienen sobre tres cimientos –complementarios y no autónomos–, los cuales por ser directrices orientan un actuar competente de estos profesionales.

Ejes directrices para entender el perfil del comunicador para el desarrollo y el cambio social.

Los tres ejes correspondientes a la propuesta de la autora son: el eje de Comunicación, el eje de Antropología y el eje de Educación.

El eje de Comunicación: mediador y estratega

Al comunicador le toca ser mediador entre la institución que impulsa el desarrollo (ONG, colectivo civil, organismo gubernamental, etc), los técnicos que para ella trabajan y la comunidad. De tal manera que la población no permanezca ajena a la planificación del proceso de desarrollo, pueda contribuir con su conocimiento local para ampliar las posibilidades de desarrollo, corregir los errores de los técnicos, y participe desde el inicio del proceso. Así cuando la institución termine la ejecución del proyecto y se marche, será ella quien se encargue de su mantenimiento y dé sostenibilidad.

El saber actuar como mediador sugiere para Mariano Martínez, que el comunicador se convierta en un puente de conocimientos, con la capacidad de que esta simple transferencia de conocimientos y tecnologías signifique para la gente común un proceso de aprendizaje.

“La transferencia de conocimientos y tecnologías a los últimos eslabones de la actividad humana siempre se ha reservado

a los llamados técnicos y especialistas (...) Pero sucede que estas personas generalmente no han sido formadas en educación para adultos, en metodologías de capacitación ni en el uso de medios adecuados para garantizar la eficiencia de los procesos de aprendizaje, herramientas necesarias para cualquier comunicación interpersonal orientada hacia procesos comunicativos” (Martínez, 2005, 3).

La propuesta del comunicador visto como mediador no es reciente. En 1990 Jesús Martín Barbero sugirió un cambio de visión respecto al profesional de la comunicación, al cual consideraba sobre todo mediador y no intermediador, porque debía ser capaz de articular los intereses de un grupo social, y no simplemente hacer de intérprete entre dos polos distantes: uno emisor y otro receptor pasivo. Para este investigador la división entre emisor y receptor, productor y consumidor, creador y público, no responde a la naturaleza comunicativa de la cultura sino a la lógica del mercado, y refuerza las barreras de la incomprensión entre los interlocutores.

“El intermediario se instala en la división social, y en lugar de trabajar por disolver las barreras que alzan y refuerzan las múltiples formas de exclusión sociocultural, defiende su oficio: el de establecer una comunicación que mantenga a

cada cual en su posición, una comunicación en la que los creadores no vayan a perder su distancia, ni el público su pasividad” (Fuentes, 2000, 19).

En la comunicación para el desarrollo, el comunicador trata precisamente de acortar distancias entre la institución que impulsa el proyecto y la comunidad, y entre los actores sociales de ésta. Al actuar como mediador también se convierte en estrategia, en el sentido más estricto del término, pues debe ser capaz de desarrollar estrategias de comunicación (diseñar, planificar, ejecutar y evaluar) de acuerdo a las condiciones socioculturales del lugar y medios disponibles, a fin de que el proceso de diálogo sea constructivo.

La figura del estratega también la planteó la FAO cuando diseñó el plan de estudios de la especialización en comunicación para el desarrollo de la Universidad de Nacional de Tucumán, Argentina.

“El perfil del graduado es un experto en el diseño, implementación y evaluación de estrategias y sistemas de comunicación y la producción de materiales destinados a procesos educativos, de información y de capacitación” (FAO, 2001a).

Esto es, en síntesis, el quehacer del comunicador para el desarrollo y el cambio social: buscando hacer partícipe a la comunidad del proceso, se convierte en estrategia y en mediador de la

dinámica de la comunicación que el proceso de desarrollo desencadena.

Algunas de las habilidades, conocimientos, y actitudes que podrían relacionarse con este eje directriz son: la capacidad para comprender las relaciones de comunicación entre los actores sociales de la comunidad, generar un diálogo horizontal entre éstos, motivar la expresión de los miembros de la comunidad, escuchar y observar, comunicar de manera clara y eficaz de acuerdo a los intereses del grupo social, desarrollar estrategias de comunicación, capacidad para vincular los intereses de desarrollo del grupo social con las posibilidades que puede ofrecer la entidad que promueve el desarrollo.

Se necesitan conocimientos sobre las dimensiones del fenómeno comunicativo, la producción de mensajes en diferentes soportes, la planificación de actividades de comunicación. También incluye las actitudes que se refieren a considerar la comunicación como un proceso social que se sostiene en la participación equilibrada y horizontal de los interlocutores, lo que influye directamente en la capacidad de organización social, y por tanto de la autogestión para el desarrollo.

El eje de Antropología: la comunicación interpersonal

La investigación y el estudio sobre el fenómeno de la comunicación han tenido desde sus orígenes un enfoque fundamentalmente cibernético y

mecánico. Desde Shanon y Weaver hasta teóricos actuales como Lucas Marín, aún se mantiene la concepción del fenómeno comunicativo como un proceso de transmisión de información, donde al receptor sólo se le otorga la capacidad de generar “retroalimentación”.

“La comunicación es el proceso a través del cual, un conjunto de significados que han tomado cuerpo en un mensaje es trasladado a una o varias personas de tal manera que el significado percibido sea equivalente al que los iniciadores del mensaje intentaron” (Lucas Marín, 1997, 95).

El predominio de este modelo cibernético, de corte vertical y unidireccional, ha motivado que gran parte de académicos concentren sus esfuerzos en desentrañar el misterio de la comunicación desde la esfera pública, la difusión, y los medios masivos, y desatiendan los aspectos más humanos del fenómeno. Esta dimensión cobró gran relevancia a partir de la alarma dada por la empresa comercial a inicios de los ‘80, ante la necesidad urgente de “personalizar” la comunicación con los clientes.

Sin embargo, es justo reconocer que el cuestionamiento a los esquemas macro sociológicos y mecánicos de la comunicación ya se había iniciado en los ‘40 con un grupo de investigadores pertenecientes a la “escuela de Palo Alto” o “colegio invisible” en Estados Unidos. Birwistell, Hall, Goffman,

Watzlaswick entre otros defendieron que la comunicación debía estudiarse desde las ciencias humanas a partir de un modelo propio y no desde la matemática, pues la complejidad de las interacciones que implicaba la comunicación impedía reducirla a variables fijas. Se trata de una visión “circular” de la comunicación donde emisor y receptor tienen el mismo nivel de importancia en el proceso de relación e interacción que es la comunicación (Mattelart, Mattelart, 1997, 49).

Está claro que la comunicación para el desarrollo y el cambio social no se ajusta a los modelos cibernéticos de la comunicación. Su finalidad no es que un sujeto emisor transmita un mensaje a un receptor y logre alcanzar unas intenciones, sino propiciar el entendimiento y la comprensión entre los interlocutores a través de un diálogo participativo y horizontal, destinado a la creación de alternativas para mejorar la calidad de vida. Se trata de la relación entre sujetos concretos, y entre éstos y el grupo social que los contiene, su comunidad.

Desde esta perspectiva, se puede afirmar que, en la dinámica de la comunicación para el desarrollo, la comunicación interpersonal o intersubjetiva se reviste de vital importancia, pues los procesos de desarrollo requieren del establecimiento de relaciones intersubjetivas de comprensión, cooperación, ayuda y participación. Esta dimensión de la comunicación ha recibido importantes aportes para su construcción desde la Antropología⁴.

Otras ciencias como la Psicología o la Sociología también han intentado complementar las teorías de Comunicación. Sin embargo, estas contribuciones no resultan suficientes para entender la comunicación interpersonal.

“Ni la psicología ni la sociología logran captar la esencia de la comunicación interpersonal que consiste en la relación de encuentro entre un yo y un tú. La primera, centrada en el estudio de la psique y sus facultades, no puede acceder al campo de la relación, que no se halla ni en una sique ni en dos, sino en el encuentro. Por su parte, la sociología en la medida en que disuelve al individuo en el espacio social que estudia, pierde precisamente el carácter interpersonal de la comunicación. No es extraño por eso que la sociología de la comunicación se centre en el estudio de los medios de comunicación de masas” (Masías, 2005, 1).

Desde la filosofía clásica se ha defendido la relacionabilidad como un constitutivo esencial de la persona, llamada a relacionarse con los otros y abrirse al mundo, destino que cumple a través de la comunicación en todas sus formas. La actividad de comunicar produce siempre una especial interacción entre los sujetos, a través de la cual ambos interlocutores se vinculan y se convierten en seres relacionados, es decir son “con otro”, o son “en cuanto a otro”. De esta manera, la participación no es una opción de la

comunicación sino que forma parte consubstancial de su propia naturaleza.

Para Manuel Martín Algarra (1993, 211) la comunicación exige tener la capacidad de poder comprender al otro además de conocer el contexto significativo en el que esta acción social se realiza. Por lo tanto no basta con compartir un mundo, hay que ser capaz de comprenderlo de un modo similar a como el otro lo comprende, pues sólo de ese modo cabrá el intercambio comunicativo.

Desde el enfoque de desarrollo humano que defiende la comunicación para el desarrollo y el cambio social, resulta imprescindible impulsar el desarrollo de las capacidades de comunicar en las personas y grupos sociales, pues de esta manera se potencia una de las facultades más importantes del ser humano, la relacionabilidad o sociabilidad, indispensable para la autorrealización personal.

La comunicación interpersonal o intersubjetiva hace posible el entendimiento entre los sujetos que se encuentran porque supone respetar al otro como sujeto (y no como objeto), y reconocerle como “otro yo”. El reconocimiento de la dimensión del otro a través de la comunicación permite la consolidación de una auténtica comunidad de personas, en la que el hombre desde su ser individual pase de formar parte de ésta, a tomar parte en las acciones que ésta emprenda.

Si la comunicación no reconoce la dimensión del otro en cuanto a sujeto,

entonces “no sólo elimina de raíz la posibilidad de una auténtica comunidad de personas, sino que limita esencialmente la capacidad de autorrealización y abre la vía a la alienación y a la utilización del hombre por los demás. La comunicación interpersonal va pues, más allá del simple análisis técnico del fenómeno de la comunicación: un emisor, un receptor, un mensaje, un código. El contacto con el otro trasciende el dominio de la simple comunicación objetiva” (Medina, Rodríguez, 1988, 29).

Trasladar la relación entre la antropología y la comunicación interpersonal al campo de la comunicación para el desarrollo sirve para comprender mejor el perfil del comunicador. Sólo desde la importancia que tiene la valoración de “el otro” en el proceso de la comunicación interpersonal que defiende la Antropología, se entiende por qué resultan necesarios ciertos conocimientos, habilidades y actitudes en el comunicador quien debe disponer al grupo humano involucrado en el desarrollo a encontrarse a sí mismo, a entenderse y a fortalecerse como comunidad para asumir el ideal del desarrollo como propio.

Desde la perspectiva de la comunicación interpersonal con fundamento antropológico resulta comprensible que el actuar del comunicador para el desarrollo requiera del dominio de competencias propias de la comunicación interpersonal y de capacidades que le permitan conocer y

comprender mejor el contexto sociocultural del grupo humano con el que debe relacionarse.

Entre las habilidades, conocimientos y actitudes relacionados con la comunicación interpersonal podemos señalar: capacidad para comprender comportamientos individuales y colectivos, y extraer valoraciones para reforzar el proceso de comunicación, capacidad para movilizar y comprometer a la gente, dar voz a la comunidad a través de métodos participativos, promover el establecimiento de asociaciones, cimentar la confianza, crear vínculos, relacionarse e identificarse con la gente; conocimientos sobre la cultura local, las ciencias sociales, el comportamiento humano, el cambio social, técnicas de investigación social, y actitudes de respeto hacia la diversidad cultural, la tolerancia, de sensibilidad cultural, empatía, etc.

El eje de Educación: la superación de los sujetos.

La necesidad de vincular comunicación y educación en los procesos de desarrollo es un planteamiento bastante aceptado por los organismos internacionales de desarrollo. Algunos de éstos como la FAO son conscientes de que la capacitación resulta una condición *sine qua non* del desarrollo, pues no se puede aspirar a un cambio social si el grupo humano involucrado no es capacitado para hacer frente a sus propios problemas de manera permanente.

Se trata, como dice Manuel Calvelo, de apreciar el saber como un insumo fundamental del desarrollo, decisivo para asegurar la participación de los sujetos del desarrollo (Calvelo, 2001, 6). El saber entendido como las nuevas capacidades que la población adquiere cuando enriquece sus conocimientos tradicionales con los avances científicos que necesita para hacer frente a los problemas de su entorno.

¿Qué sugiere la conjugación de elementos de la pedagogía en el actuar del comunicador para el desarrollo, o por qué resulta importante tomarlos en cuenta?

Según los especialistas de la FAO son los comunicadores quienes tienen gran responsabilidad en la transmisión de nuevos conocimientos técnicos y científicos a la sociedad en general, y en particular a los beneficiarios participantes de un proceso de desarrollo.

“Considerando la participación de los ‘sujetos de desarrollo’ en los programas de intervención, el nuevo paradigma plantea la comunicación como la construcción de mensajes de forma conjunta entre los interlocutores, donde el comunicador se sitúa como intermediario entre dos universos que se encuentran para compartir conocimientos: el científico-técnico, que dispone del conocimiento técnico a compartir, y el de la población masiva,

destinataria de esos mensajes”.
(FAO, 2001a)

De acuerdo al planteamiento de la FAO, el comunicador resulta ser un intermediario que facilita la comprensión de esos conocimientos. Sin embargo, este desempeño no obedece a un esquema vertical de difusión de conocimientos o propagación de información, sino todo lo contrario, a un esquema horizontal capaz de relacionar ambos “universos” a través del diálogo.

De hecho las experiencias de desarrollo de las décadas de los ‘40 y ‘50 sirvieron para que la institución propusiera un modelo de comunicación particular para los procesos de desarrollo, caracterizado precisamente por su horizontalidad y el reconocimiento del otro. Fue a partir de experiencias exitosas de capacitación y desarrollo como la de CEPAC en Perú que Manuel Calvelo propuso el modelo de comunicación IMI (interlocutor-medio-interlocutor) para rebatir el esquema vertical de la información EMR (emisor-medio-receptor) por haberse comprobado que resultaba insuficiente para los procesos de educación y capacitación.

En este punto se percibe cómo coinciden los tres ejes postulados en la propuesta de este artículo. Lo primero es concebir el desarrollo de acuerdo al modelo de desarrollo humano o potenciación de las capacidades humanas, que propone la satisfacción de las necesidades materiales y disponer de posibilidades reales de incrementar las capacidades de las personas.

Esta adquisición de nuevas capacidades y potenciación de las que se poseen supone participar en un proceso de aprendizaje, porque el desarrollo es en esencia un proceso de aprendizaje de: nuevos conocimientos, habilidades, actitudes, costumbres, y de todo aquello que se relacione con una mejor calidad de vida. La comunicación apoya ese proceso a nivel individual y social. La participación, horizontalidad y reconocimiento del otro propician que el sujeto de desarrollo tome conciencia de sus posibilidades de superación y se involucre en una tarea individual y común junto a su comunidad.

La visión del desarrollo como proceso de aprendizaje se confirma también con el concepto de desarrollo humano, referido en esencia a la ampliación de las capacidades humanas desde tres fines: disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener recursos para alcanzar un nivel digno de vida. La vida prolongada y saludable exige el conocimiento de prácticas sanitarias y de higiene, medidas de prevención contra enfermedades, práctica de hábitos saludables en la alimentación y el desarrollo del cuerpo. Supone además haber sido capacitado para el trabajo, tener las capacidades y posibilidades de obtener recursos para poder disfrutar de una vida digna y acceder a la educación.

La adquisición de conocimientos y nuevas capacidades permitirá a los sujetos tener más seguridad de sí mismos y ser más participativos al interior de su comunidad; y la obtención de mayores

recursos supone también el aprendizaje de nuevas capacidades para el trabajo, la mejora de la producción, nuevos conocimientos sobre la obtención y administración de los recursos, etc.

Así se justifica por qué en el perfil del egresado de la maestría de comunicación para el desarrollo que diseñó la FAO se recalque la capacidad de los comunicadores para producir mensajes destinados a la educación y la capacitación con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población (FAO, 2001) y, a propuesta de Calvelo, el comunicador debe saber crear mensajes “cognitivos”, mensajes de “capacitación” que respondan a principios básicos de la pedagogía como la claridad y el orden (Calvelo, 2000, 8).

El Departamento de Desarrollo Sostenible de la FAO recomienda también que todos los proyectos de desarrollo incluyan desde sus inicios componentes de comunicación participativa y de aprendizaje para adultos⁵, a pesar de que sus resultados en el cambio social no puedan comprobarse a corto plazo. Ambos componentes deben construirse sobre la base de los conocimientos locales, de tal manera que los investigadores y técnicos en consulta con la comunidad proporcionen soluciones que puedan adecuarse al contexto local (FAO, 2001b).

Desde un ámbito más científico se ha teorizado bastante también sobre la vinculación entre estas dos ciencias. David Berlo, uno de los más reconocidos defensores del modelo clásico de

comunicación, postuló que la comunicación en un contexto personal resultaba ser también un proceso de aprendizaje. El proceso de la comunicación intrapersonal es equivalente al proceso del aprendizaje humano, afirma Berlo y aduce que ambos responden a un esquema similar: una fuente codificadora que lanzaba un estímulo (mensaje), el cual era recepcionado por un sujeto decodificador que procesaba e interpretaba el estímulo y emitía una respuesta que servía a la fuente para verificar si la comprensión del mensaje era correcta. Conforme se repetía este proceso y se desarrollaban las relaciones entre E-R, el aprendizaje avanzaba (Berlo, 1984, 57-60).

Aunque el esquema de estímulo-respuesta ha sido ampliamente superado tanto en el ámbito educativo y de la comunicación, la discusión científica sobre la relación entre ambos procesos continúa vigente. Un estudio histórico de Timothy Glander (2000) sobre los orígenes de la investigación de la comunicación de masas durante la Guerra Fría analiza y cuestiona las divergencias “inducidas” que surgieron en este período entre la comunicación y la educación, y propone que parte de esta segregación favoreció a la propaganda porque algunas instituciones apoyaron la investigación sobre ésta en desmedro de la comunicación educativa. Desde entonces la escisión no ha podido cerrarse (Fuentes, 2000, 17).

Otros investigadores latinoamericanos como Raúl Fuentes, de la Universidad

de Guadalajara, proponen también repensar y revalorar la conexión que existe entre la comunicación y la educación a pesar de la actual “segregación académica” que las distingue. De acuerdo a su planteamiento, en ambos procesos se reproduce constantemente la cultura, y los dos son procesos dialécticos destinados a la superación del sujeto que se construye a sí mismo: al auto manifestarse, al descubrir y fortalecer su identidad y al entablar relaciones intersubjetivas con su comunidad cuando se relaciona y se educa (Fuentes, 2000, 20).

“La comunicación y la educación son finalmente, nombres genéricos para proyectos o tipos de proyectos socioculturales, en los que los sujetos creen y luchan en la práctica cotidiana. El educar o hacer emerger del sujeto las manifestaciones de su auto-trascendencia, y el comunicar o poner en común los significados y el sentido de lo que sucede en el entorno, son acciones necesariamente intersubjetivas. Nadie se educa solo, nadie se comunica consigo mismo. Ambas acciones son también, por ello, vectores primordiales de la socialización y de la construcción social de las identidades de los sujetos” (Fuentes, 2000, 20).

La comunicación para el desarrollo se ha nutrido bastante de los aportes de la Educación. Los planteamientos de horizontalidad y reconocimiento del

otro han sido heredados en gran parte de las investigaciones del brasileño Paulo Freire y sus teoría de la “pedagogía del oprimido”, la cual cuestionaba los modelos verticales de educación de grupos marginales y proponía que el educador aplicara un esquema más participativo donde se incluyera los elementos significativos del universo inmediato del educando.

No es el propósito de este trabajo resolver esta discusión sobre la relación entre la Pedagogía y la Comunicación. Sin embargo, es preciso reconocer que en el caso de la comunicación para el desarrollo y el cambio social esta correspondencia se hace muy estrecha por ser el desarrollo también un proceso de aprendizaje.

En este orden de ideas resulta justificable el reconocimiento de ciertas habilidades, conocimientos y actitudes que hacen del comunicador alguien competente para la producción de mensajes “cognitivos”, y que no han sido antes suficientemente valorados⁶. Se propone los siguientes: capacidad para crear mensajes constructivos, útiles y necesarios para la superación del otro, habilidad para adecuar la información al ritmo de aprendizaje de grupo, capacidad para dosificar los procesos de aprendizaje; conocimientos básicos sobre los procesos de aprendizaje, conocimientos sobre técnicas de enseñanza, saber metodologías de participación individual y de grupo, actitud de no menospreciar los ritmos “lentos” de aprendizaje en los grupos marginales, creer en la capacidad de

aprendizaje y de mejora de los sujetos del desarrollo, etc.

No se trata de que el comunicador reemplace las funciones del educador o viceversa, sino de contemplar que el desarrollo es en general un proceso de aprendizaje y por tanto todas las acciones de diálogo, comunicación, intercambio, interrelación, información que se desencadenan deben tener presente este fin.

La comunicación para la educación, propia de los procesos de desarrollo es en esencia participativa y obliga a dar mayor espacio a los pobladores, pues son ellos los protagonistas del cambio que se quiere lograr.

“La comunicación para una educación requiere (...) trabajar más con la gente, estar más en relación a sus procesos culturales y sociales, y desde allí asumir en forma democrática el cambio. La transformación de actitudes sólo puede darse por quien va a cambiar” (Alfaro, 1994, 229).

Si el comunicador es capaz de operar educativamente, la comunicación en los procesos de desarrollo logrará, como propone Raúl Fuentes, que los sujetos del desarrollo participen consciente e intencionadamente en la transformación de sus condiciones concretas de existencia, es decir en su propio cambio social (Fuentes, 2000, 19).

En definitiva, la figura del actual comunicador para el desarrollo y el

cambio social se presenta muy compleja y llena de desafíos. La formación que recibe en los centros de estudio de Comunicación le preparan para la elaboración de mensajes de acuerdo a las necesidades de un público, concebido generalmente como receptor de medios masivos. Sin embargo esto

no es suficiente, pues como se ha sostenido en este trabajo el comunicador necesita también adquirir otras habilidades, conocimientos y actitudes que le permitan entender diferentes realidades socioculturales e interactuar en estas para promover procesos de desarrollo.

Notas

- 1 Esto fue ratificado por Alfonso Gumucio, Consultor de la Fundación Rockefeller, vía correo electrónico.
- 2 La investigación completa corresponde a la Tesis de licenciatura "El comunicador para el desarrollo y el cambio social. Apuntes para la construcción de un perfil", defendida en la Universidad de Piura en octubre de 2005.
- 3 Otra razón por la que se consideró que el estudio era valioso, fue porque tiene como base un enfoque de competencias. En este sentido se cree que el saber actuar en entornos cambiantes que propone el enfoque de competencias resulta pertinente para la práctica de la comunicación para el desarrollo y el cambio social.
- 4 Los principales aportes han provenido de la corriente filosófica denominada personalismo y uno de sus exponentes más representativos es Martín Buber.
- 5 La FAO propone también que al menos se destine el 10% de la inversión total en el proyecto para estos componentes.
- 6 Sólo la FAO y los profesionales ligados a ésta han dado particular énfasis a la comunicación educativa, en el estudio Delfos los atributos relacionados a esta cuestión se muestran en una categoría secundaria.

BIBLIOGRAFÍA

BERLO, D. (1984). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica* (14 edición). Buenos Aires: El Ateneo.

CANEL, M. J., SÁDABA, T. (1999). "La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión". *Comunicación y Sociedad* 2 (12), Pamplona: Universidad de Navarra, 9-32.

CALVELO RÍOS, M. (2001). "Desarrollo: Comunicación, Información y Capacitación". *Runa*, en la dirección electrónica: <http://www.iicd-run.org/pag 6.htm>, fecha de consulta: 24/02/05.

FAO (2001a). "La experiencia de la FAO en Comunicación para el desarrollo se vuelca a la Universidad. Comentarios sobre la especialización de postgrado en comunicación para el desarrollo de la Universidad Nacional de Tucumán,

Argentina”. *Departamento de Desarrollo Sostenible de la FAO*, en la dirección electrónica: http://www.fao.org/sd/2001/KN0902a_es.htm, fecha de consulta: 24/02/05.

FAO (2001b). “Participatory communication and adult learning for rural development”. *Departamento de Desarrollo Sostenible de la FAO*, en la dirección electrónica: http://www.fao.org/sd/2001/KN0902a_es.htm, fecha de consulta: 24/02/05.

FUENTES, R. (2000). “La formación universitaria de profesionales de la comunicación y su renovación como proyecto social”. *Diálogos de la Comunicación* (59-60). Lima: FELAFACS, 10-23.

GUMUCIO, A. (2003). “Comunicación para el Cambio Social: Clave del Desarrollo Participativo”, *Consortio de la Comunicación para el Cambio Social*, en la dirección electrónica: http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/clave_del_desarrollo_participativo.doc, fecha de consulta: 03/02/05.

LUCAS MARÍN, A. (1997). *La comunicación en las empresas y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch.

MARTÍN, M. (1993). *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*. Pamplona: Eunsa.

MASÍAS, C. (2005). *Comunicación de valores en la empresa*. Piura: Universidad de Piura.

MATTELART, A.; MATTELART, M. (1997). *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Barcelona: Paidós.

MEDINA, R., RODRÍGUEZ, T. (1988). “Fundamentación Antropológica de la Comunicación interpersonal”, en SARRAMONA, J. (ed.) *Comunicación y Educación*, Barcelona: CEAC, 15-40

REARDON, C. (2003). *Talking Cure: A case Study IN Communication for Social Change*. New York: The Rockefeller Foundation and the Communication for Social Change Consortium.

REESE, S. (1999). “Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación ‘jerarquía de influencias’”. *Comunicación y Sociedad* 2 (12). Pamplona: Universidad de Navarra, 47-68.

VV.AA (2002). “Mapa de Competencias de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social: conocimientos, habilidades y actitudes en acción. Basada en la Conferencia ‘Competencias: Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social’”, Bellagio: OPS. Fundación Rockefeller, The Change Project.