

Conceptualización: La Comunicación para el Desarrollo como herramienta para la transformación social*

Conferencia impartida por:

Raquel Martínez-Gómez

Escritora, Doctora en Ciencias de la Información y profesora de la Facultad de Cultura del Centro Latinoamericano de Economía Humana, Montevideo-Uruguay

Presentación y moderación:

Vicente Domingo

Comunicador y activista social

* Texto elaborado por J.J. Iborra a partir de la conferencia impartida por Raquel Martínez-Gómez en el marco del ciclo "La comunicación para el desarrollo en la Comunitat Valenciana. Universitat de Valencia, mayo-junio de 2017 y el dialogo posterior de los y las asistentes a la misma.

No cabe duda que la comunicación es un factor indisociable del desarrollo humano. La comunicación es intercambio de conocimientos, de experiencias, de sentimientos, es diálogo y es consenso. Desde esta perspectiva el fenómeno comunicativo está en la misma base de la acción humana y de su interrelación social y personal y, por tanto, no puede entenderse el desarrollo de las sociedades sin la comunicación.

Enviado: 12/05/2017
Aceptado: 30/06/2017

Conceptos y visiones que vienen de lejos

La conceptualización actual de la comunicación para el desarrollo, aunque con un amplio margen de interpretaciones y dimensiones como veremos posteriormente, hunde sus raíces en los procesos –o más bien en los intentos– iniciados en los años 70 de construcción de un nuevo sistema mundial de comunicación. Un sistema global más justo que rompiera la hegemonía de una forma de ver el mundo, de informar sobre él y de explicarlo como premisa para el empoderamiento de la ciudadanía y la apertura de procesos de diálogos para la construcción de sociedades en desarrollo en todos los rincones del mundo.

Esta corriente teórica culminó con el lanzamiento desde la UNESCO del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC)¹ y el conocido como informe “MacBride” (1980) cuyo título era “Un solo mundo, múltiples voces”². Se trataba de un ambicioso proyecto global a través del cual UNESCO explicitaba las relaciones entre comunicación, poder y democracia y proponía distintas acciones con el objetivo de garantizar la democratización en la producción informativa a nivel mundial. De esta forma se promoverían sistemas de comunicación más horizontales donde los gobiernos y el tercer sector jugarían un papel clave de regulación y producción.

La fuerte oposición por parte de los grandes conglomerados privados de medios y de algunos países occidentales, encabezados por EEUU y Gran Bretaña³, consiguieron paralizar la propuesta y el posterior abandono de la misma por parte de UNESCO en 1989. A partir de entonces, y con el argumento de la libertad de expresión y la libertad de prensa, argüida por las grandes agencias de noticias reacias a cualquier tipo de regulación y respaldada por los países dominantes, se ha constatado y aceptado, por un lado, la reducción del hecho comunicativo al hecho informativo (dar noticias) y por otro, al establecimiento de lo que podríamos llamar un *Nuevo Orden Mundial de la Información de Mercado*⁴.

1. No disponible en la web de UNESCO. http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q21_es.pdf

2. Publicado en 1980 y redactado por una comisión presidida por el irlandés Seán MacBride, ganador del premio Nobel de la Paz. Su objetivo era analizar los problemas de la comunicación en el mundo y las sociedades modernas, particularmente con relación a la comunicación de masas y a la prensa internacional, y sugerir un nuevo orden comunicacional para resolver estos problemas y promover la paz y el desarrollo humano. <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>

3. Estados Unidos y Gran Bretaña anunciaron su retirada de la UNESCO que se materializó en 1985.

4. Término utilizado por Raquel Martínez-Gómez.

Así los grandes medios, la información periodística, la sociedad de la información han sustituido la idea de una sociedad de la comunicación. La información como parte de los bienes del mercado ha permeado nuestra sociedad y nuestros modelos democráticos y ha generado la desaparición, o cuando menos la relegación a un distante segundo plano, del verdadero concepto de comunicación: el intercambio, el diálogo, la expresión de la diversidad y la participación.

Democracias de baja intensidad y fragmentación de la realidad

Una primera consecuencia de ello es la desaparición y ausencia de los grandes temas, que no son otros que los principales retos que afronta la humanidad –pobreza y exclusión social, cambio climático y la destrucción de biodiversidad, homogeneización y destrucción de la diversidad cultural, igualdad, conflictos...– de la agenda comunicacional. Temas que, aunque algunos de ellos van ganando cierto protagonismo en algunos medios y en muchos espacios de diálogo social, siguen sin ser una prioridad de las agendas comunicativas y continúan arrastrado, como veremos en capítulos posteriores, un tratamiento muy deficitario que impide generar una visión de lo global en la ciudadanía y además traslada una realidad fragmentada, cuando no estereotipada, vista e interpretada desde la homogeneización etnocéntrica occidental.

Otra de las consecuencias de la marginación de la comunicación en pro de un sistema informativo mercantilizado sería la minimización de los procesos comunicativos en los Estados democráticos. Democracias de baja intensidad donde la comunicación y la participación se reducen a espacios de consulta, donde el intercambio y el diálogo es sustituido por encuestas de opinión pública y donde la ciudadanía difícilmente dispone de los medios y recursos comunicativos (acceso a la información, espacios de discusión, visibilización de sus posicionamientos, acceso a medios de comunicación...) para poder incidir y jugar un papel desatado en el debate y definición de las políticas que les atañen. Estaríamos ante lo que Pinar Agudiez y Raquel Martínez-Gómez califican de “el simulacro democrático”⁵ donde no existe una verdadera apuesta por el diálogo y la interacción entre ciudadanía y gobiernos.

Una posible conclusión podía ser que hemos quitado importancia a la comunicación y la situación actual se explica, en buena parte, precisamente por haberla sacado del centro de nuestro sistema democrático. Podríamos resumir la situación en la frase: “*ha ganado la información, el marketing, el periodismo pero ha perdido la comunicación*”⁶.

5. MARTÍNEZ-GÓMEZ, Raquel; AGUDIEZ, Pinar. Comunicación para el Desarrollo Humano: buscando la transformación social. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 17, 2012, pp. 79-106. UCM.

6. Raquel MARTÍNEZ-GÓMEZ, conferencia del ciclo “La comunicación para el desarrollo en la Comunitat Valenciana. Universitat de Valencia, mayo-junio de 2017.



Un debate inaplazable

Para enfrentar este contexto es importante anclar de nuevo el concepto de comunicación en aquellas agendas políticas transformadoras de los años ochenta que se han quedado en el camino (informe Mac Bride y NOMIC). Entonces se entendía necesario cambiar el orden y dominio existente sobre los procesos comunicativos como forma de democratizar el poder y sustentar las políticas dirigidas a la consecución del desarrollo humano a nivel global. La comunicación debe tener por centro las cosas que nos atañen, deber ser consustancial al sistema democrático y entenderse como un requisito imprescindible para el desarrollo.

Para recuperar esta concepción de la comunicación es necesario relanzar el debate en la sociedad de forma que el fenómeno comunicacional, en toda su amplitud y alcance, sirva de brújula de intercambio y de mecanismo de resistencia ante los intentos de vaciarla de sentido y de neutralizar su capacidad transformadora.

Un debate que debe permitir repensar la capacidad de transformación de la sociedad en un contexto de urgencia como el actual: agudización de la pobreza, destrucción ambiental, desigualdades crecientes entre países y dentro de ellos, etc. Este reto es inaplazable, *"debemos empezar a utilizar armas de construcción masiva como la comunicación o de lo contrario va ser muy complicado solucionar estos problemas que afectan al conjunto de la humanidad"*⁷.

Un debate que debe conducirnos al desenmascaramiento de la sociedad de la información, para reivindicar sociedades de la comunicación. Las últimas décadas han estado dominadas por una peligrosa carrera en la comercialización de la información cuando, en realidad, la información es un derecho y la comunicación es un factor indispensable e indisoluble de los procesos de desarrollo que diferentes agendas internacionales pretenden impulsar.

Unas agendas en las que desgraciadamente la comunicación ha quedado al margen o relegada a un papel instrumental y no central. Ni la declaración y programa de acción de la cumbre de los derechos humanos de Viena (1993), ni los más recientes ODM o ODS han tomado en consideración la comunicación, el derecho a la comunicación, y su papel indisoluble en el desarrollo. Únicamente puede destacarse el papel de UNESCO en sus exigencias en relación a la información y la promoción de la comunicación social si bien, abandonada la apuesta política que suponía el NOMIC, a través de programas y acciones dirigidas a defender la libertad de información, la libertad de prensa y la puesta en marcha de proyectos comunicativos en situaciones y contextos puntuales⁸.

7. Raquel MARTÍNEZ-GÓMEZ, conferencia del ciclo "La comunicación para el desarrollo en la Comunitat Valenciana. Universitat de Valencia, mayo-junio de 2017.

8. <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/freedom-of-expression/freedom-of-information/>; <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/media-development/communication-for-sustainable-development/>

Diferentes enfoques teóricos con un mismo objetivo

En la actualidad diferentes corrientes y conceptualizaciones confluyen en un mismo objetivo. Comunicación para el desarrollo⁹, comunicación para el cambio social, comunicación para la transformación, aunque con procedencias y bases diferentes –y sin entrar en matices e interpretaciones del plano teórico–, pueden ser interpretadas en aquello que tienen en común: la recuperación de la comunicación como factor de cambio y transformación social, el empoderamiento de la ciudadanía y su implicación en la búsqueda de soluciones a los problemas que nos afectan. Bajo este prisma, la adopción de la comunicación para el desarrollo implica necesariamente una revisión de la forma de actuar de muchos actores sociales, desde medios de comunicación hasta gobiernos, administraciones públicas, centros educativos, movimientos sociales y ciudadanía.

Hablar de comunicación para el desarrollo, de la comunicación como parte integrante del desarrollo humano es, por tanto, hablar de la necesidad de generar climas, entornos comunicativos para sobre estos construir el modelo de desarrollo. Es también hablar de los derechos vinculados a la comunicación: estar informados e informar, tener acceso a la información y acceso a los medios de comunicación. Es plantear la necesidad de poner estos derechos, de poner la comunicación, en el centro del sistema y por tanto evitar su sometimiento o limitación por parte del mercado.

Retos: Por dónde empezar en una tarea que nos atañe

Estas necesidades apremiantes suscitan varias preguntas: ¿Quién debe tomar la decisión de trabajar en esta lógica de comunicación para el desarrollo? ¿Quién debe impulsarlo? ¿A quién corresponde imponer las agendas para ello? Es evidente que modificar la realidad comunicativa requiere de un cambio de políticas pero no hay que esperar que nadie tome una decisión política. Es posible dar pasos en esa dirección e ir abonando el terreno para la materialización de políticas coherentes con la concepción de la comunicación para el desarrollo y ello implica, necesariamente, que cada uno debe ir tomando decisiones en sus respectivos espacios y ámbitos de trabajo.

A continuación lanzamos algunos de los retos que desde organizaciones e instituciones se deben enfrentar y por los que es posible empezar a trabajar para incorporar la comunicación para el desarrollo en sus dinámicas.

9. Algunas de las controversias, pensamos que hoy ya superadas, han partido de la interpretación restrictiva de la *comunicación para el desarrollo* para referirse a aquellas estrategias comunicativas aplicadas en los países receptores de AOD para reforzar el impacto, a través de los medios de comunicación de masas, de programas de desarrollo; otras han pretendido reducirla al mero márketing institucional como una herramienta para difundir entre la ciudadanía del Norte los éxitos e impactos positivos logrados en el Sur gracias a los esforzados donantes.

- Medios de comunicación. Es necesario el impulso de nuevas regulaciones acordes con los estándares internacionales¹⁰ para superar las dificultades en la regulación de la publicidad (muy pertinentes en temas de género o ambientales, infancia...), afrontar el problema de la concentración de medios y su falta de independencia respecto de gobiernos y mercados¹⁰. Concretar el derecho de acceso a los medios y, especialmente en los medios públicos. Garantizar en la programación la inclusión y el adecuado tratamiento de temas prioritarios y directamente vinculados con el desarrollo (desigualdad, pobreza y exclusión; cambio climático y conservación de la biodiversidad; desigualdades globales; conflictos y paz; abordaje de debates políticos de actualidad; etc.). Los medios y los profesionales de la comunicación deben actuar bajo criterios de ética deontológica; evitar información fragmentada y descontextualizada basada en el criterio del consumo y la satisfacción inmediata; deben ofrecer informaciones sobre las causas y las soluciones de los problemas y conflictos y no centrarse en los exclusivamente en el hechos noticioso; vigilar el uso del lenguaje y evitar la transmisión de estereotipos y visiones simplificadas de la realidad, de los grupos y colectivos.
- Movimientos sociales: Generar canales de información colectiva al margen de los medios de comunicación de masas (no sustituir nuestros mensajes para adaptarse a los que los medios quieren); ampliar la percepción y comprensión de lo global y no solo local (vivimos en un mundo interrelacionado); no confundir la información institucional y la rendición de cuentas con las capacidades comunicativas, no es lo mismo difundir el trabajo de nuestra organización que ofrecer información sobre los problemas y los contextos que conocemos; facilitar a medios y comunicadores comprometidos contactos directos con la realidad, con los protagonistas permitiendo a estos expresarse directamente y transmitir sus propias opiniones; evitar la utilización de mensajes asistencialistas dirigidos a la captación de fondos.
- Universidades y centros educativos: Repensar para qué educamos; educar en contextos de cooperación y no de competencia; promover el educar para ser y no educar para tener. En el ámbito universitario primar la capacidad docente (corrigiendo el modelo actual que prima la publicación en determinados espacios). Promover la participación del alumnado en la toma de decisiones y la organización de la comunidad educativa. Potenciar la relación de la universidad con su entorno, con



10. Algunos ejemplos se pueden encontrar en: <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-los-medios/indicadores-de-desarrollo-mediatico/> (independencia, concentración y pluralismo en los medios); <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002310/231069s.pdf> (igualdad de género y al empoderamiento de la mujer)

la sociedad y sus problemas; fomentar la vinculación de alumnado y profesorado con proyectos y acciones del tejido social.

- Instituciones públicas: crear canales y espacios reales de participación y de promoción de diálogo ciudadano. Facilitar el acceso a la información pública; impulsar departamentos de comunicación y no confundir sus funciones con el máquetin político ni con los gabinetes de prensa al servicio del responsable político de turno. Promover normativas que garanticen la participación, el derecho a la información y la obligación de rendición de cuentas de forma que éstas se integren en el funcionamiento normal de las administraciones y no puedan ser instrumentalizadas políticamente. Poner en marcha estrategias de comunicación, especialmente en aquellos departamentos con mayores implicaciones en las políticas de desarrollo, que fomenten la información, la concienciación y faciliten espacios de participación de la ciudadanía en el diseño de las políticas públicas.

