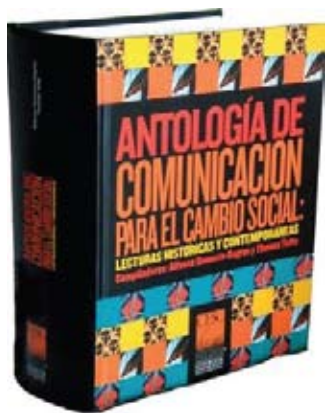


Comunicación para el cambio social

Antonieta Muñoz-Navarro

Periodista, Master en Comunicación Social



Hablar hoy en Chile de Comunicación para el Cambio Social, constituye un desafío y, al mismo tiempo, una esperanza. Lo primero es porque implica revisar la lógica con la cual las universidades chilenas han decidido incorporar la comunicación a sus planes de estudio. Lo segundo, porque demanda el ejercicio auto-crítico de reconocer diversos referentes nacionales y latinoamericanos que, aunque gozan de prestigio internacional, en nuestro país no han sido considerados suficientemente.

Durante los últimos diecinueve años de construcción democrática chilena, la labor académica en comunicación ha estado centrada fundamentalmente en la creación de estudios de pregrado, enlazados al Periodismo y a las Relaciones Públicas. Hacia el año 2008, un total de treinta y seis universidades chilenas impartían la primera de esas carreras con Licenciatura en Comunicación. En un tiempo relativamente reciente, se ha abierto una oferta de programas de postgrado en comunicación, incluso con convenios con universidades europeas. Se estiman en unos quince; una gran mayoría de ellos tienen como línea fundamental el *marketing* y solo dos ofrecen investigación con énfasis en lo social.

Se presenta en Chile una antología de ciento cincuenta investigadores sobre las comunicaciones, el desarrollo humano y la toma de conciencia de los más postergados, materias que conforman una disciplina profesional que ya tiene expresiones en otros países latinoamericanos y busca proyectarse en el nuestro.

Sin embargo, la discreta calidad de nuestras relaciones humanas, los desafiantes índices de pobreza, los insuficientes espacios de participación política, el conflicto interétnico, la emergencia de movimientos sociales y la aún pendiente plena incorporación del respeto a los derechos humanos en la vida cotidiana, son fenómenos reales que requieren comunicadores con pensamiento estratégico crítico y conocimientos de los modelos de desarrollo y gestión. De esta manera, deben cobrar relevancia áreas como la relación entre comunicación, educación e identidad, que son la base de lo que hoy se plantea como Comunicación para el Cambio Social.

Para conversar acerca de esta, *Mensaje* entrevistó a Thomas Tufte, académico e investigador danés que, junto a Alfonso Gumucio-Dragón, es compilador de la *Antología para la Comunicación y el Cambio Social. Lecturas Históricas y Contemporáneas*. Este libro reúne aportes de ciento cincuenta autores —cinco de ellos chilenos— que en 1.415 páginas recorren los avances y las opiniones de quienes han nutrido este campo profesional. Obra editada en inglés el año 2006 por el Consorcio para la Comunicación y Cambio Social, fue reeditada en castellano en el 2008 y ya ha sido presentada en varios países latinoamericanos. Su lanzamiento en el nuestro se organizó para comienzos de agosto por iniciativa de la Universidad Católica de Temuco.

El libro nació en un encuentro organizado por la Fundación Rockefeller, en el año 2002 en Bellagio, Italia, para repensar el fundamento de las comunicaciones de

diversas agencias internacionales de desarrollo. Se hizo un llamado internacional, según cuenta Tufte, enviando seis mil e-mails en cuatro idiomas y recibíendose unos mil doscientos textos con artículos sobre la Comunicación para el Cambio Social, de entre los cuales se hizo una selección que se fue depurando en los tres años siguientes.

—¿Qué es la Comunicación para el Cambio Social?

—Es un abordaje al área de las comunicaciones que busca favorecer un desarrollo social basado en principios de justicia, tolerancia, equidad y diversidad. A nivel teórico, es la conceptualización de la comunicación como un proceso basado en el diálogo y la inclusión de todos los ciudadanos. A nivel metodológico, desarrolla estrategias para ayudar a que las personas logren un poder que les permita participar activamente en procesos de desarrollo. Ubica a la comunicación en el centro del proceso de desarrollo.

—¿Cómo nació esta línea disciplinaria?

—Surgió de situaciones de exclusión social. En gran escala nació en Latinoamérica, en experiencias pedagógicas realizadas por Paulo Freire en el nordeste de Brasil en la década de los años '50. Creció en la lucha contra dictaduras latinoamericanas y terminó desarrollando una propuesta comunicacional alternativa al enfoque que conceptualiza la comunicación como un proceso meramente lineal y racional.

—¿En qué se diferencia de la Comunicación para el Desarrollo?

—Ese es el nombre dado a la comunicación estratégica aplicada por agencias

de cooperación en los años '50. La impulsó USAID en los Estados Unidos. Y en las Naciones Unidas, lo hicieron FNUAP en cuestiones de nutrición con campañas de comportamiento; FAO en educación de agricultores y tecnologías agrícolas, y UNICEF en bienestar de los niños y sus madres. Se basa en teorías psicosociales de persuasión y relaciones públicas; se centra en procesos de cambios de comportamientos individuales mediante la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor racional. Son abordajes simplistas sobre el comportamiento humano, sobrevaloran el poder de la comunicación estratégica y no consideraban diversos aspectos de las relaciones entre las personas y la acción social. Por el contrario, la Comunicación para el Cambio Social apunta a una pedagogía liberadora, a un trabajo de toma de conciencia. Los objetivos son distintos a los de las grandes agencias internacionales y no son solo problemas de difusión de información, sino de cómo hacer que la gente pueda solucionar sus propios problemas.

EL APORTE DE LOS CHILENOS

—En la antología hay aportes de cinco chilenos: Valerio Fuenzalida, Juan Somavía, Ariel Dorfmann, Fernando Reyes Matta y Juan Carlos González. ¿Por qué se incluyeron?

—Por sus contribuciones concretas. Juan Somavía era miembro del comité internacional coordinado por el irlandés Sean Mac Bride que, por UNESCO, en los años '70, hizo una crítica al orden mundial de la información. Su documento *Muchas voces, un mundo* fue un texto conceptual que marcó el debate internacional sobre la organización en el campo de la comunicación. Ariel Dorfmann es, junto con el belga Armand Mattelart, autor de *Cómo leer al Pato Donald*, un libro que deconstruye la ideología estadounidense dominante en la industria cultural y que durante décadas en muchos lugares del mundo fue lectura obligatoria en carreras universitarias críticas. Valerio Fuenzalida ha sido un pionero latinoamericano en el campo de

los estudios de recepción. Escribió textos innovadores junto con María Helena Hermsilla en los años '80 e incluso hoy, cuando publica sobre comunicación, cultura y desarrollo, sigue innovando. Sus análisis y teorías sobre el uso estratégico de las telenovelas para el cambio social, son de suma importancia.

—En términos políticos, ¿qué desean aportar al campo de la comunicación con este trabajo?

—Es importante contribuir a un fundamento bibliográfico en Latinoamérica. Y con este libro queremos subrayar que, como campo académico y labor profesional, la comunicación *no es* lo mismo que periodismo. Un comunicador para el cambio social *no es* un periodista. Un comunicador para el cambio social *no es* un mero diseminador de información. Un comunicador para el cambio social es un estratega que sabe de comunicación y articula la participación ciudadana en el rumbo de los procesos de desarrollo.

—¿Es un desafío para las escuelas de periodismo?

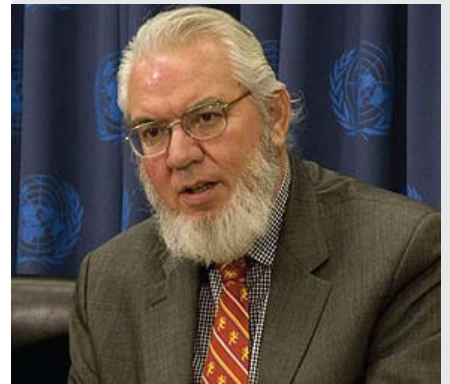
—Esto no se vincula a lo que enseñan en periodismo ni en relaciones públicas. Alfonso Gumucio perfiló muy bien las características de un comunicador para el cambio social en su texto “El Nuevo Comunicador”, publicado en esta antología. No es suficiente renombrar carreras de periodismo como de “comunicación social”, como se hace en algunos lugares de América Latina. Se necesita una carrera universitaria para el cambio social con currículo propio, que responda a los desafíos de comunicación para el desarrollo que impone la realidad latinoamericana. En otras palabras, ofrecer opciones para la articulación estratégica de procesos de conquista de poder de las personas, lograr el cambio y la justicia social.

—¿Qué perspectivas ve para este campo en Chile?

—Tendría el potencial de abrir espacios para grupos sociales vulnerables o marginalizados, sean jóvenes mapuches, mujeres o migrantes, si se entiende el papel de los procesos comunicación como procesos de cambio, formulando estrategias incluyentes de desarrollo y cambio social. **MSJ**



Ariel Dorfman



Juan Somavía



Valerio Fuenzalida



Fernando Reyes Matta