

# **Comunicar para el desarrollo: una comunicación más participativa y con estrategias adecuadas a realidad sociocultural de la comunidad <sup>1</sup>**

Autora: Manuela Callou <sup>2</sup>

Institución: Universidad Autónoma de Barcelona; autora vinculada como alumna.

## **Resumen**

Este artículo tiene como finalidad analizar la comunicación para el desarrollo, poniendo de relieve los proyectos de comunicación aplicados al desarrollo de comunidades, en el contexto de diferentes países y con la aplicación de la comunicación en áreas de proyectos socioculturales, salud y tecnología. Así que hacemos referencias al surgimiento de una nueva forma de comunicación basada en el diálogo, donde la participación de la comunidad y la utilización de estrategias de comunicación son aspectos fundamentales para la producción de cambios sociales. Consideramos relevante estudiar el tema ya que está relacionado con el mundo actual, donde la comunicación asume una perspectiva más participativa y dialógica en los procesos sociales, económicos, políticos y culturales.

**Palabras clave:** comunicación; desarrollo; estrategias

## **1. Introducción: una comunicación más participativa y utilizada para el desarrollo social**

En un mundo globalizado, en que cada vez más se necesita igualdad de oportunidades a la población mundial y calidad de acceso a la información, el contexto de la comunicación parece cambiar de perspectiva. La comunicación vertical, en la que el jefe ejerce el poder sobre su empleado o que los países ricos ejercen su poder sobre los pobres, aunque esas situaciones siguen sucediendo, empieza a tener más énfase una comunicación más horizontal y con una perspectiva más participativa, cooperativa y aplicada a un cambio de actitudes. Consideramos que este hecho está relacionado a una mundialización más regionalizada, en que los aspectos globales, sociales y culturales afectan a las sociedades locales, que también se sienten comprometidas con el mundo.

De esta manera, los diversos problemas que afectan a la humanidad, como el hambre, la falta de información, el desempleo, poca disponibilidad de acceso a las nuevas tecnologías, entre otras, son problemas globales/locales, donde se articulan soluciones para que esta perspectiva pueda cambiar. Unicef y Fao son ejemplos de organismos que desarrollan proyectos destinados a una mayor colaboración al desarrollo de países que los necesitan, practicando una comunicación más direccionada para el

---

<sup>1</sup> Trabajo presentado al NP09 - Comunicação Científica e Ambiental, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> La autora es Relaciones Públicas por la Universidad Católica de Pernambuco - UNICAP, especialista en Gestión y Desarrollo de las Organizaciones por la Universidad Federal de Pernambuco - UPE y doctoranda en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona - UAB. Como actividades académicas, ha participado en congresos y eventos como expositora o conferencista y ha desarrollado investigaciones científicas en la área de responsabilidad social de las empresas y comunicación y cultura. Como actividades profesionales, ha trabajado en un periódico local de la ciudad de Sant Cugat (Barcelona), llamado L'Ateneu, destinado a temas sociales y culturales.

desarrollo social. Por otra parte, la autora Sujatha Sosale<sup>3</sup>, profesora del departamento de comunicación de la Universidad de Georgia, afirma que la comunicación está expresada en el discurso dominante, que generalmente está relacionada con el poder, pues las grandes empresas quieren proporcionar estrategias de comunicación y desarrollo para mejorar también su imagen en el mercado, como una empresa socialmente responsable. El capitalismo está basado en estas características, que se respalda en el poder y en el acúmulo de riquezas. Pero, ¿cómo repartir estas riquezas y proporcionar un mundo más justo y solidario? Esta es una cuestión que hasta ahora, no hay aún una respuesta definitiva.

Lo que vemos es que hay un movimiento en busca de la solidaridad, de la cooperación y de la cohesión social, expresado desde la sociedad del conocimiento, en este siglo XXI. Es decir, las empresas tienen el poder de intentar desarrollar estrategias de desarrollo no solo en comunidades, pero como señala la referida autora<sup>4</sup>, como también de utilizar la comunicación para desarrollar naciones. La comunicación, utilizada de forma transparente a través de los aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, puede proporcionar cambios en la mentalidad de las personas. Las nuevas tecnologías, en este proceso, también son instrumentos utilizados para una comunicación más efectiva, pudiendo también contribuir para el desarrollo sociocultural.

Jan Servaes<sup>5</sup> afirma que cada vez más es importante intercambiar y utilizar la comunicación para promover el desarrollo. En el contexto del desarrollo, la comunicación es más utilizada, segundo él, mediante la divulgación de mensajes que motivan a las personas a apoyaren a los proyectos orientados hacia el desarrollo. Por ejemplo, podemos citar que, para informar a la población sobre programas de nutrición y salud, son utilizados determinados instrumentos de comunicación para informar y persuadir a estas personas para que aceptem la información transmitida por los folletos, afiches, radio y televisión. Consideramos que la comunicación puede ser utilizada para el desarrollo de una comunidad, contribuyendo para el cambio social, a través de la utilización de sus estrategias para alcanzar los objetivos propuestos. Los medios de comunicación, así, asumen un importante proceso en el desarrollo de proyectos, pues la radio, la televisión, la internet, entre otros medios, pueden ser utilizadas para facilitar el aprendizaje de la comunidad, desarrollando estrategias que motiven algún cambio de actitud.

---

3 Sosale, Sujatha. *The panoptic view: a discourse approach to communication and development*. En: Servaes, Jan. *Approaches to development: studies on communication for development*. Paris: Unesco, 2003, p. 130.

4 Ibid, 2003, p. 140

5 Servaes, Jan. *Communication for development: approaches of some governmental and non-governmental agencies*. En: \_\_\_\_\_. *Approaches to development: studies on communication for development*. Paris: UNESCO, 2003, p.2.

## 2. ¿Cómo entender la comunicación para el desarrollo?

Abordar el tema de comunicación y desarrollo conlleva la necesidad de aclarar sus conceptos. Surgen, a partir de los años 50, teorías que consideran la comunicación de distintas maneras y el desarrollo también entendido y practicado de formas distintas. Consideramos necesario hacer una recapitulación de estos conceptos para que podamos identificar el panorama actual y percibir la evolución de los mismos a través de la evolución histórica-social.

### 2.1.1 Modelos de comunicación para el desarrollo

Entre los modelos de comunicación, destacamos algunos que consideramos ser más apropiados para este estudio: la “difusión de innovaciones”, la modernización, la teoría de la dependencia y de la multiplicidad.

### 2.1.2 La Difusión de Informaciones o Flujo de dos Pasos

Los años 50 pueden ser considerados como la década del modelo de la comunicación. Para Rogers, uno de los primeros y académicos líderes de la teoría de la difusión, considera que este paradigma proviene de la ingeniería de la información (Shannon y Weaver) y no de las ciencias sociales y las humanidades, como generalmente sucede. El modelo lineal de la comunicación, entendido como una simple transmisión de informaciones, donde hay elementos como “fuente-transmisor-canal-receptor-destinatario” enfoca los efectos de la manipulación del mensaje de acuerdo con los intereses de quien lo envía. De esta manera, el receptor recibe el mensaje y decide si va a rechazarlo o aceptarlo. La comunicación, en este contexto, está entendida como simple *transmisión de informaciones* para persuadir y que para implantar un cambio es una situación difícil, como sintetiza Dader:

(...) se establece que el proceso de implantación de un cambio sociocultural es mucho más complejo que la simple idea de las dos etapas; que el éxito de la innovación depende mucho de la predisposición activa y favorable al cambio de la comunidad en disyuntiva de transformación; y que el éxito del cambio es un proceso largo plazo en el que actúan muchos más elementos que la mera campaña hipotética persuasión a corto plazo<sup>6</sup>

De esta manera, la comunicación, a través del mensaje, tiene la intención de crear una predisposición al cambio, pero, para esto, la comunidad también debe estar

---

<sup>6</sup> Dader, J. L. Teorías de transición. En: Muñoz, A. et al. Opinión pública y comunicación política. Madrid: CEAC-CU, 1992, p. 45.

dispuesta a cambiar, si este hecho no sucede, el proceso de cambio se convierte en más difícil. Esa teoría de la innovación fue aplicada principalmente en países latinoamericanos, como México, Costa Rica, Colombia y Brasil, pero donde tuvo más influencia aún fue en los EUA.

### **2.1.3 - Paradigma de la Modernización: Desarrollo como crecimiento económico**

El contexto histórico en que se desarrolló esta teoría estaba marcado por el fin de la Segunda Guerra Mundial, donde los EUA cada vez más definían su poder económico y político sobre el mundo. El surgimiento de nuevos estados emergentes, la utilización de tecnologías y el papel centralizador del Estado, este con programas destinados a la agricultura, a la educación y a la salud, demostraba una idea de evolución a que los países subdesarrollados, destrozados por la guerra, veían como acciones favorables y como una oportunidad de mudanzas. El concepto de *desarrollo*, en este período, fue definido como *crecimiento económico*, muy relacionado con el contexto socioeconómico de la época.

En la perspectiva de Daniel Lerner<sup>7</sup>, uno de los más representativos autores del paradigma de la comunicación para la modernización, el concepto de “empatía” se convierte en un elemento central en la teoría de la modernización, pues, para él, las personas empáticas, diferente de las llamadas tradicionales, tienen un más alto grado de movilidad, lo que significa mayor capacidad para el cambio. Por lo tanto, según Lerner, esta movilidad estimula la urbanización, la alfabetización y la participación política y económica. Creemos que el concepto de *comunicación*, en esta época, estaba respaldado en una definición de Robert White, como:

(...) un proceso de incorporación de los países en desarrollo dentro del sistema comunicativo mundial para la difusión de la tecnología industrial a las instituciones sociales modernas y el modelo de sociedad de libre mercado<sup>8</sup>.

El momento de incorporación y de aceptación de alguna idea puede durar mucho tiempo; cada sociedad pasa por estagios similares hasta se constituir en una sociedad moderna o hasta realizar cambios estructurales. Pero para conseguir desarrollar alguna idea y ponerla en práctica, hay varios obstáculos que precisan ser superados y que dependiendo de la sociedad, pueden ser valores que se constituyen en más difíciles de cambiar, como por ejemplo: tradicionalismo, superstición, entre otros. En una región muy arraigada por estos aspectos, determinadas mudanzas, generalmente, son

---

<sup>7</sup> Lerner, Daniel. *The passing of the traditional society: modernizing the middle east*. New York: Free Press, 1958, p. 50.

<sup>8</sup> White, Robert. Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 34., sep. 1992, p. 18.

consideradas como una amenaza o como un cambio tan profundo que no quieren arriesgarse.

De esta forma, podemos afirmar que en sociedades con estas características, hay poca predisposición de aceptar mudanzas que puedan afectar la vida de la comunidad. Pero Jan Servaes afirma que las sociedades todas pasan por este proceso de mudanza a la sociedad moderna. La comunicación para el desarrollo, para que sea efectiva, hay que implantar determinadas estrategias, llevando en consideración la realidad local, los valores y los costumbres de la sociedad. Pensamos que los medios de comunicación estimulan de forma directa e indirecta la movilidad y el desarrollo económico, siendo los motivadores y movilizadores para el cambio y la modernización.

#### **2.1.4 - Teoría de la Dependencia: Desarrollo como lucha política**

El paradigma de la dependencia, desde los finales de los años 60 hasta los años 80, tuvo una importancia significativa en el movimiento hacia el surgimiento del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (Nomic). En ese período, los nuevos estados africanos y asiáticos y el suceso de los movimientos populares y socialistas en Cuba, China, Chile y otros países brindaron las metas de la autodeterminación política, económica y cultural dentro de la comunidad internacional de naciones. Estos nuevos países compartieron la idea de independencia de los superpoderes y conformaron el Movimiento de Países No Alineados. Este movimiento de naciones definió al *desarrollo* como una *lucha política*<sup>9</sup>.

A nivel teórico este enfoque fue un resultado de la convergencia del neomarxismo o estructuralismo y de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). Por su vez, en contraste con la teoría de la modernización, la perspectiva de la dependencia tuvo su nacimiento en América Latina, pero el “padre” de la teoría fue un norteamericano, Paul Barán<sup>10</sup>, que pertenecía a un grupo norteamericano de la revista *Monthly Review*, fue uno de los primeros en creer que el desarrollo y el subdesarrollo son procesos interrelacionados y consideraba que la dependencia de los países que fueron colonizados se daba por los intereses de los países desarrollados, que mantenían sus estructuras políticas y reproducían sus dominios sobre los países en desarrollo. Esta situación es para Barán la causa principal del retraso crónico de estos países, ya que el principal interés del capitalismo monopolístico internacional era

---

<sup>9</sup> Servaes, 2003, p. 6

<sup>10</sup> Barán apud Servaes, 2003, p. 7

dificultar e impedir el desarrollo económico de los países subdesarrollados, situación que sigue existiendo.

Es importante resaltar el papel del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para la América Latina (Ciespal), que desde cuando surgió, en 1959, a través de la Unesco, Universidad Central del Ecuador y el Gobierno Ecuatoriano, ha buscado establecer relación entre los conocimientos prácticos de la comunicación con la producción académica. A partir de los años 70, el Ciespal enfoca el uso de la comunicación para programas y proyectos de desarrollo, investigando los medios a servicio de la población y para el cambio social, como añade Edgar Jaramillo, periodista, abogado y director general del Ciespal:

El Ciespal asume su compromiso con el desarrollo (...) y su participación en el desarrollo regional, mediante la educación no formal, la educación a distancia, el desarrollo de proyectos específicos de investigación y el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación<sup>11</sup>.

Este Centro ha tenido un papel importante en la construcción y difusión de la teoría de la modernización como también en discusiones de la teoría de la dependencia en los procesos comunicacionales en América Latina, contribuyendo para la democratización de la comunicación, la información, la cultura y el desarrollo.

### **2.1.5 - Teoría de la Multiplicidad: Desarrollo como beneficio económico y social**

A partir de fines de los años 70 y inicio de los 80, empieza a surgir un nuevo paradigma para el desarrollo, basado en una mejor distribución de los beneficios económicos y sociales, una información y comunicación más participativa, un desarrollo más aplicado a campos de:

*necesidades básicas*, para satisfacer necesidades humanas, materiales y no materiales;

*endógeno*: definido desde el núcleo de cada sociedad, que define con soberanía sus valores y la visión de su futuro;

*autoconfiable*: implica que cada sociedad confía básicamente en sus propias fortalezas y recursos;

*ecológico*: utilizando racionalmente los recursos de la biosfera;

*democracia participativa*: como la verdadera forma de la democracia, y no sólo un gobierno del pueblo y por el pueblo, sino que “para la gente” en todos los niveles de la sociedad;

---

<sup>11</sup> Jaramillo, Edgar. CIESPAL: 45 años de influencia pionera y fecunda en el mundo de la comunicación. Chasqui, Ecuador, n. 86, jun. 2004, p. 25.

*cambios estructurales*: que suceden en las relaciones sociales, en las actividades económicas y en su distribución espacial, como también en la estructura de poder, para alcanzar las condiciones de autogerenciamiento y participación en el proceso de decisión por todos aquellos afectados, desde la comunidad rural o urbana hasta el mundo como un todo<sup>12</sup>.

Todos estos campos están relacionados también con el pensamiento de Armand Mattelart, sociólogo, que, a través de sus contribuciones científicas y prácticas sobre la comunicación y cultura, introduce, a partir de los años 70, una nueva línea de análisis de la comunicación, comprendiéndola e interpretándola a partir de la cultura y de los procesos de reproducción social. Con sus aportaciones teóricas, las escuelas de comunicación latinoamericanas pasaron a poner un lugar limitado a las corrientes norteamericanas y europeas y sentó las bases teóricas para pensar desde la sociología y la economía política de la información posibilidades para que la comunicación sea un elemento de transformación social<sup>13</sup>.

En Brasil, podemos citar la TV Viva (Recife) y TV Maxambomba (Rio de Janeiro), que aunque operan en un contexto en que los medios de información están en manos de grandes conglomerados económicos, considerados entre los más influyentes de América Latina, como TV Globo, siguen luchando para ofrecer en los barrios menos desfavorecidos, producciones que sean de interés de la comunidad, como política, salud, sexualidad, desempleo, educación, cultura de la población negra, derechos ciudadanos y medio ambiente. En estos tipos de programaciones, el humor se destaca como un importante ingrediente que atrae audiencias. En las calles y plazas de Olinda (Recife) o de Nueva Iguaçu (Rio de Janeiro), TV Viva y TV Maxambomba proyectan programas de video que convocan a centenares de personas, con contenidos que a la vez entretienen al público y lo educan. Para los activistas de TV Viva y TV Maxambomba, estos videos proporcionan un gran aprendizaje de la población<sup>14</sup>.

Estos ejemplos nos demuestran los nuevos papeles de la comunicación para el desarrollo, donde pasa a ser concebida como un *proceso de interacción-acción para el desarrollo*, a partir de los años 80. Consideramos que la comunicación puede y debe asumir responsabilidades de cambio social, a favor de una mejor calidad de vida y de justicia social. La comunicación asume un papel de agente facilitador del desarrollo de

---

12 Servaes, 2003, p. 11

13 Madrid, Esteinou. El impacto del pensamiento de Armand Mattelart en la academia de comunicación mexicana. Disponible en: <[http://www.razonypalabra.org.mx/antiguos/n22/22\\_jesteinou.html](http://www.razonypalabra.org.mx/antiguos/n22/22_jesteinou.html)> Consultado en: 7 de jun. 2005.

14 Dagron, A. G. El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. Esta reunión, realizada en Bellagio en mayo 2002, contó con la participación de Colin Fraser, Daniel Prieto Castillo, Alfred Opubor, Juan Diaz Bordenave, Everett Rogers, Jan Servaes, y otros especialistas de la comunicación. Disponible en: <[www.geocities.com/agumucio?ArtMosqueteros.htm](http://www.geocities.com/agumucio?ArtMosqueteros.htm)> Consultado en: 6 de mayo 2005.

las comunidades humanas a través de la democratización de la participación, considerando la identidad cultural de cada región, sus valores y creencias.

Esa participación implica en una más equitativa distribución del poder económico y político, lo que no es compatible con el poder dominante que no quiere perder las ventajas. El cambio estructural supone una redistribución del poder y será más fácil suceder a partir del establecimiento de *políticas de comunicación participativas*. Mowlana y Wilson<sup>15</sup> dicen, por ejemplo, que “las políticas de comunicación son básicamente derivadas de las condiciones e instituciones económicas, culturales y políticas bajo las cuales ellas operan”.

### **3 - ¿Por que comunicar para el desarrollo?**

Todas estas teorías nos demuestran que hay una evolución en el contexto de la comunicación para el desarrollo, ya que está relacionada con las características sociales, culturales, económicas y políticas de una época. La *Comunicación para el desarrollo* así, evoluciona también y empieza a ser aplicada con una mayor participación de la comunidad, a través de la utilización de los *medios populares* y las *agrupaciones sociales*, de la radio rural, que tiene un gran papel en la difusión de informaciones, de *vídeos* y de *multimedia* para el entrenamiento de la comunidad. Además, las nuevas tecnologías de comunicación e información facilitan la integración, el aprendizaje y el cambio social. Con relación a los proyectos socioculturales para el desarrollo comunitario, la música, la arte y el teatro se constituyen como instrumentos de aprendizaje de las comunidades, proporcionando un desarrollo sociocultural a través del proceso de socialización y profesionalización de los jóvenes. En este sentido, Fernando Almansa, profesor de la Universidad de Deusto, define que la comunicación utilizada al desarrollo deberá servir para:

*Estimular* la toma de conciencia sobre los problemas y dificultades del desarrollo;

*Comprender* y conocer las causas de la pobreza y así promover acciones para solucionarlas;

*Proporcionar* reciprocidad para un conocimiento mutuo y el respeto a las diferencias culturales, históricas y sociales;

*Dimensionar* la participación de la sociedad civil en los procesos de cooperación al desarrollo, a través de debates públicos para impulsar políticas de cooperación;

---

<sup>15</sup> Mowlana, H.; Wilson, L. *Communication and development: a global assessment*. Paris: Unesco, 1987, p. 143.

*Intensificar* la solidaridad entre el Norte y el Sur, con la finalidad de mejorar los problemas sociales<sup>16</sup>.

Consideramos que la comunicación para el desarrollo puede estar direccionada a cambiar cuestiones sociales y intentar resolver o, por lo menos, mejorar algunos problemas, como las discriminaciones contra la mujer; reducción de índices de pobreza, a través de la capacitación y creación de empleos; programas de reinserter apropiadamente la población refugiada, desplazada y desarraigada en un entorno centroamericano seguro y establecer para que puedan disfrutar de sus derechos como ciudadano y mejorar su calidad de vida en igualdad de oportunidades.

Además, propiciar los valores y estimular la participación de la sociedad para la solidaridad comunitaria, la corresponsabilidad y autogestión en las políticas de atención a la pobreza, mediante el desarrollo, la participación comunitaria y fomentar prioritariamente la inversión en la persona humana para su propio desarrollo. Con relación a los proyectos culturales, la comunicación puede fortalecer el desarrollo de la identidad nacional o comunitaria, tomando como base el marco de la diversidad cultural y étnica promoviendo y protegiendo los patrimonios culturales y naturales, fomentando las expresiones culturales que propicien una relación adecuada con el medio ambiente, entre otros.

### **3.1 - Estrategias aplicadas al desarrollo**

Sin embargo, para que la comunicación sea eficaz, necesita utilizar las estrategias adecuadas para el logro de sus objetivos. Paulo Freire, pedagogo cristiano vinculado a movimientos latinoamericanos, es considerado ciudadano honorario de varias ciudades en Brasil y en el exterior, además de ser el pensador latino-americano más importante en la ruptura del concepto de comunicación vertical para la comunicación horizontal - dialógica. A través de sus reflexiones sobre el conocimiento y sobre como llevar este conocimiento a las personas, la comunicación pasa por el proceso que él menciona la dicotomía entre el “saber de” y el “saber hacer”.

Consideramos que “saber de” está ligado al conocimiento de la realidad social de determinada comunidad mientras que “saber hacer” se relaciona con las experiencias acumuladas y las influencias culturales, sociales, políticas, económicas y tecnológicas que atuan sobre la comunidad. De esta manera, el método Paulo Freire discurre en torno de la unión entre teoría y práctica, pues comprender la realidad es, para él, un momento

---

16 Alamansa, Fernando. Reflexiones sobre ética y comunicación para el desarrollo. Barcelona: Intermón Fundación para el Tercer Mundo, 1999, p. 53.

que lleva a la transformación de la persona que la comprende<sup>17</sup>. El método busca la observación de la realidad de los educandos, busca las palabras y la codificación de las mismas en imágenes visuales que estimulen la conciencia cultural; busca el escenario cultural concreto a través del diálogo y estimula la reflexión crítica para que los participantes se asuman como sujetos de su propio destino<sup>18</sup>.

Las estrategias y el modelo de desarrollo aplicado se diferencia por regiones y países, ya que tuvieron momentos históricos y culturales diferentes. América Latina, por ejemplo, ha tenido un desarrollo distinto, propio, así que las estrategias pueden ser aplicadas de manera diferente a las aplicadas en Europa, por ejemplo. Añade, aún, que estas políticas, por otra parte, no pueden ni deben determinar el contenido de la comunicación, para no restringir la libertad de expresión.

No hay que olvidar que las políticas de comunicación corren parejas con las que formulan en otros campos – educación, cultura y ciencia – y hay que concebirlas de modo tal que se complementen mutuamente. Tiene que haber una relación entre la comunicación y esos otros sectores, con objeto de que la comunicación facilite los servicios sociales, educativos, científicos y de otra índole<sup>19</sup>.

Alfonso Gumucio Dagron, especialista en comunicación y desarrollo con experiencia en Africa, Asia, Latin America y Caribe y participante del grupo de discusión de la Fundación Rockefeller, demuestra con ejemplos prácticos la importancia del conocimiento de la realidad de la comunidad antes de la aplicación de proyectos sociales. Citamos dos ejemplos que consideramos importantes y que no obtuvieron éxito en sus aplicaciones:

*Programa de promoción de la salud comunitaria en Papua New Guinea* – Dagron tuvo la oportunidad de revisar los carteles hechos por un grupo de personas expertas en marketing social que había producido una campaña para combatir el uso del cigarro. Uno de ellos enseñaba un cigarrillo por dentro, poniendo los nombres de todos los productos químicos además de la nicotina y que causan daños. Pero no se habían dado cuenta que la mayoría de la población de Papua New Guinea fuma cigarrillos artesanales, envueltos en papel periódico, con una composición muy diferente del cigarrillo tradicional. Es decir, para que las estrategias de comunicación hubiesen alcanzado éxito, hubiera sido necesario estudiar primero los cigarrillos caseros y sus

---

17 Freire, Paulo. *Pedagogía do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987, p. 20.

18 Freire apud Meditch, 2002. *A filosofia de Paulo Freire e as práticas cognitivas no jornalismo*. Disponible en: <<http://www.infoamerica.org/teoria/articulos/freire1.htm>> Consultado en: 8 de jun. 2005. Eduardo Meditch es doctor en Ciencias de la Comunicación, profesor de la Universidad Estadual de Santa Catarina – Brasil y coordinador de grupo de estudios sobre periodismo de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).

19 Ibid, 1980, p. 31

composiciones, siendo necesario conocer la cultura, establecer una comunicación participativa para construir las estrategias adecuadas.

*Campaña de vacunación en Nigéria*- Una de las grandes dificultades para llevar a cabo la campaña, promovida por la Unicef, fue el aspecto de que, en el norte del país, las inyecciones eran consideradas contrarias a la fe musulmana. Las personas encargadas en la campaña hubieron que entender mucho esta cuestión cultural y aunque así, intentar resolver el problema. La propia solución fue encontrada a través de las propias autoridades religiosas, que encontraron en el Corán algunas frases que permitían el uso de inyecciones para salvar vidas. Es decir, la comunidad estaba predisposta a aceptar la campaña, inclusive buscando medios de solucionar el problema citado. La comunicación, así, fue utilizada de forma estratégica, cooperativa y participativa<sup>20</sup>. Consideramos que la utilización de estrategias de comunicación para el desarrollo más exitosas son aquellas que solidifican los medios de de comunicación tradicionales, uniendo la cultura de la comunidad con la comunicación participativa

### **3.2 - Como comunicar para el desarrollo: ejemplos prácticos para la efectividad de las acciones**

La comunicación para el desarrollo puede ser aplicada en varias áreas, como ya hemos comentado: salud, educación, cultura tecnología. Por ser un tema que pretende facilitar el diálogo, la comunicación y la participación de la sociedad también inspiran la producción y difusión de una mejor calidad de vida, la resolución de conflictos y de los problemas sociales, como falta de empleo, falta de oportunidad de aprender a utilizar las tecnologías, falta de informaciones básicas, discriminación, hambre. Para esto, las empresas privadas, organizaciones no-gubernamentales, organismos internacionales y el gobierno necesitan cada vez más del apoyo de la sociedad y de la comunidad donde precisan intervenir. Por otra parte, sabemos que no es fácil resolver este tipo de problemas, pero caminamos a un mundo con más acciones en busca de solucionarlas.

Exponemos un ejemplo que obtuvo logros<sup>21</sup>, pues utilizaran las estrategias adecuadas para la comunicación y desarrollo en los campos citados, aunque sabemos que son asuntos interligados, pues en la medida que mejoramos la salud de determinada sociedad, también influye en una mejor comunicación y educación de la misma.

*Capital doctor* - Uganda – hay un programa de radio que utiliza el teléfono como medio de comunicación para los oyentes, consiguiendo una audiencia total de 5 millones de personas, casi 75% de la población. En marzo de 1998, 2200 preguntas fueron

---

20 Dagron, A.G. Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el desarrollo social. *New York*: Fundación Rockefeller, 2001, p. 115.

21 Servaes, 2003, p. 128

constestadas al vivo. 70% de los entrevistados en una clínica habían escuchado Capital Doctor. 91% de los que declaraban que usaban el “condón” también eran oyentes del programa mientras que 71% de los que lo usan eran oyentes. Es decir, aquellos que escuchaban Capital Doctor eran más probables usuarios del condón que los que no escuchan el programa.

Estos ejemplos nos demuestran que la comunicación para el desarrollo es efectiva. Por otra parte, acrecentamos proyectos aplicados al desarrollo relacionados como:

*Proyectos de aplicación de las nuevas tecnologías de comunicación e información* - es fundamental que la comunidad sepa utilizar las nuevas tecnologías, principalmente la internet. Además, puede ser incluso una herramienta que ayude a encontrar algún trabajo, que actualmente, sin manejar la tecnología, no hay oportunidades para nadie. Es común que las organizaciones proporcionen este tipo de proyectos que facilitan el aprendizaje tecnológico y social de las personas.

*Proyectos que posibilitan aprendizaje artística como oportunidad de empleo y de abandono a violencia o socio-culturales* - Consideramos que la arte, como el teatro, la música y la danza pueden ser instrumentos de cambio social en la comunidad. Comunidades como Candeal, situada en Salvador-Bahia-Brasil, marcada por la violencia y otros tipos de problemas, el aprendizaje artística ha proporcionado un aumento de la auto-estima de las personas, incluso proporcionando otras formas de ver el mundo, posibilidades de trabajar y de resolución de los conflictos<sup>22</sup>.

La comunicación proporcionó informaciones, participación de la comunidad, creando un clima de reflexión, sinceridad, ayuda y cambio social. Vale destacar que los proyectos, como campañas de sensibilización a la opinión pública para ayudar determinada comunidad, como también la utilización de los medios de comunicación como instrumentos de participación y de desarrollo en el campo y en la ciudad, al utilizar una comunicación más participativa, incentivando el diálogo y la cooperación entre otras empresas, instituciones y comunidades, tendrán mayores posibilidades de alcanzar el éxito. “(...) la comunicación para el desarrollo tuvo fuerte incidencia: planificación familiar, la difusión de innovaciones en el campo y las nuevas tecnologías educativas”<sup>23</sup>.

---

22 Hay una película, que se llama “El milagro del Candeal”, que trata de este tema, en el cual Carlinhos Brown invierte en la enseñanza de la música a la comunidad como una propuesta de cambio social.

23 Mattelart, Armand. La comunicación mundo: historia de las ideas y de las estrategias. Madrid: Fundesco, 1993, p. 192.

#### **4. Conclusiones**

Delante esas discusiones, observamos que la comunicación para el desarrollo ha proporcionado y sigue produciendo nuevas relaciones sociales y nuevas formas de información y de comunicación en general. La comunicación para el desarrollo debe ser entendida y platicada dentro del contexto de diálogo, de compartir conocimientos, actitudes y estimular acciones a ser desarrolladas. Dichas acciones deben estar de acuerdo con la realidad local, con sus manifestaciones históricas, artísticas y sociales. El cambio social sólo es posible mediante la predisposición de la comunidad a aceptar determinada mudanza de actitude y mediante la utilización de estrategias de comunicación adecuadas. El nuevo comunicador debe estar preparado para este proceso, en que se necesita el conocimiento de la comunidad, de su cultura y sus valores, pues dichas informaciones son importantes para el establecimiento de las políticas y estrategias de comunicación en un mundo cada vez más global y local al mismo tiempo.

Además, es importante destacar que las empresas, las organizações no-gubernamentales, las asociaciones y organismos internacionales son instituciones que deben estar preocupadas con este tema de comunicación y desarrollo ya que estamos en un mundo en que se valoriza y que necesita la solidaridad, la ayuda humanitaria, la participación de voluntarios y proyectos sociales destinados a mejorar la calidad de vida y bien-estar de las sociedades. Verificamos que hay la aplicación de proyectos sociales y de la comunicación para el desarrollo, que es un intrumento efectivo, pero aún se necesita un mayor direccionamento de las estrategias de comunicación desarrolladas para que la aplicación de la comunicación para el desarrollo sea efectiva.

Jan Servaes, Everet Rogers, Daniel Lerner, Mattelart, Paulo Freire, entre otros, nos demuestran la importancia de aplicar la comunicación para desarrollar aspectos de la comunidad, como salud, tecnología, cultura, problemas de comunicación, dificultades de relacionamiento con los inmigrantes, falta de empleo, etc. Y los proyectos, en la medida que son implantados, deben proporcionar a la comunidad los conocimientos necesarios para que despues de su intervención, pueda “caminar sola”, es decir, que la misma encuentre la solución de sus problemas, a través de la comunicación para el desarrollo, y que consiga seguir desarrollándose cada vez más.

La evaluación de los proyectos también es un dato importante, pues no se debe hacer solamente despues de la aplicación de la comunicación para el desarrollo, pues como ya fue discutido, todo el proceso es importante, desde el primer contacto con la comunidad hasta el establecimiento de estrategias adecuadas. Dichas estrategias han de estar de acuerdo con la realidad local, con los problemas que realmente afectan a la

sociedad, para que así la comunicación tenga resultados satisfactorios. Consideramos que esta forma de comunicación participativa proporciona un mayor y mejor conocimiento de la realidad, lo que se presume que la comunicación para el desarrollo está integralmente relacionada al diálogo, participación y estrategias adecuadas para tener éxitos. Algunos proyectos descritos en este artículo demuestran la efectividad de la comunicación para el desarrollo. Consideramos que su práctica aún va a crecer, ya que produce cambios sociales y efectos positivos en la vida de la comunidad en general.

### **Referencias Bibliográficas**

ALAMANSA, Fernando. *Reflexiones sobre ética y comunicación para el desarrollo*. Barcelona: Intermón Fundación para el Tercer Mundo, 1999.

ARRÁEZ BETANCORT, Rosa María. *Medios de comunicación y desarrollo sociocultural*. Madrid: Universidad Camilo José Cela, 2003.

DADER, J. L. Teorías de transición. En: MUÑOZ, A et al. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: CEAC-CU, 1992. p. 25-45.

DAGRON, A. G. *El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social*. Disponible en: <[www.geocities.com/agumucio?ArtMosqueteros.htm](http://www.geocities.com/agumucio?ArtMosqueteros.htm)> Consultado en: 6 de mayo 2005.

FREIRE, Paulo Freire. *Pedagogia do oprimido*. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

JARAMILLO, Edgar. CIESPAL: 45 años de influencia pionera y fecunda en el mundo de la comunicación. *Chasqui*, Ecuador, n. 86, p. 22-25, jun. 2004.

LERNER, Daniel. *The passing of the traditional society: modernizing the middle east*. New York: Free Press, 1958.

MADRID, Esteinou. *El impacto del pensamiento de Armand Mattelart en la academia de comunicación mexicana*. Disponible en: <[http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n22/22\\_jesteinou.html](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n22/22_jesteinou.html)> Consultado en: 7 de jun. 2005.

MATTELART Armand. *La comunicación mundo: historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid: Fundesco, 1993.

MEDITSCH, Eduardo. *A filosofía de Paulo Freire e as práticas cognitivas no jornalismo*. Disponible en: <<http://www.infoamerica.org/teoria/articulos/freire1.htm>> Consultado en: 8 de jun. 2005.

MOWLANA, H.; WILSON, L. *Communication and development: a global assessment*. Paris: UNESCO, 1987.

SERVAES, Jan. Communication for development approaches of some governmental and non-governmental agencies. En: \_\_\_\_\_. *Approaches to development: studies on communication for development*. Paris: UNESCO, 2003. p. 1-50.

SOSALE, Sujatha. The panotic view: a discourse approach to communication and development. En: SERVAES, Jan. *Approaches to development: studies on communication for development*. Paris: UNESCO, 2003. p. 128-340.

WHITE Robert. Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 34, p. 15-21, sep. 1992.