

La comunicación para el cambio social es el más reciente de los paradigmas que hay sobre comunicación para el desarrollo económico y social, que se han venido gestando desde los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial. Aunque la conceptualización del paradigma empezó en 1997 por profesionales de la comunicación y la participación convocados por la Fundación Rockefeller (Con reuniones en Estados Unidos, Italia y Sudáfrica), algunas de las acciones que este propone ya estaban comenzando a implementarse en programas de comunicación alternativa y comunicación para el desarrollo.

La comunicación para el cambio social, que tiene como pilar fundamental asumir la comunicación como un proceso de diálogo, debate y participación, nace como respuesta a un ámbito social en el que los países industrializados estaban implementando estrategias de desarrollo en las que sólo la información era vista como un factor importante, en detrimento de la identidad y el desarrollo de las culturas locales. Intentaban apoyar a los países más pobres dándoles las herramientas para que fueran iguales a ellos, “civilizándolos” imponiendo sus propias maneras de conocimiento para que entraran en sus mismas lógicas de consumo. Entonces se aplicaban las mismas estrategias (tanto para vender productos como para inducir maneras de comportamiento) en todos los países, sin tener en cuenta el contexto social ni la participación de los beneficiarios (las culturas locales eran vistas como barreras para el desarrollo).

La comunicación para el desarrollo valora mucho más el conocimiento local e intenta proceder con materiales apropiados para cada contexto; y la comunicación alternativa intenta dar voz a las sociedades reprimidas y excluidas. Además, desde ámbitos como la economía, empiezan a surgir pensadores que afirman que el desarrollo no es un modelo al que hay que seguir, sino que debe estar al servicio del hombre para crear una sociedad integral (Hacia los años 90´). Y es dentro de esta línea de análisis donde entra la comunicación para el cambio social, una comunicación ética, que aporta una serie de premisas para hacer del desarrollo un proceso sostenible, gracias a que son las propias comunidades actores y sujetos de su propio cambio, en el que las tecnologías son sólo un apoyo en los procesos de diálogo y participación; y en la que los contenidos del desarrollo responden a necesidades locales, para crear un mundo más justo.

La comunicación pasó de su acepción “comunidad” a la de “transmisión” en los modelos de comunicación. La modernización económica y social le dio la importancia a la expansión de los medios masivos pues se creía que tenían la capacidad de homogenizar ciertas características comunes de las sociedades modernas y eran muy optimistas de lo que esta podía aportar al desarrollo económico y social. Pero llegó un momento en el que la visión instrumental de la comunicación, típica del desarrollismo, ya no servía para los proyectos de las ONG y otras organizaciones preocupadas por el desarrollo, pues después de la implementación de múltiples estrategias de desarrollo, la calidad de vida de las personas se deterioraba cada vez más, la corrupción crecía y el Estado tenía cada vez menos control sobre los programas. Así que se pasó de ver los modelos de comunicación desde lo macrosocial (comunicación y desarrollo) y desde una visión micro (comunicación alternativa), que tenían en cuenta la complejidad de las relaciones y procesos sociales, económicos y políticos. Se buscaba un equilibrio en los flujos de la información y una comunicación más pertinente a los contextos y las realidades sociales de las diferentes culturas. Se dieron por ejemplo, iniciativas como la del mercadeo social, que buscaba hacer una estrategia de comunicación para el desarrollo que ejecutara planes a largo plazo para producir cambios de comportamiento específicos. Aunque las intenciones eran buenas, esta iniciativa tuvo falta de conocimiento de su contexto y le daba más importancia a los medios que a los propios procesos. La

comunicación educativa dio grandes pasos en cuanto al protagonismo que se le da a los actores sociales, al debate y al acompañamiento de procesos coherentes con la realidad social. La comunicación para el desarrollo tuvo entonces altibajos, pero que se acercaban cada vez más a una visión de la comunicación participativa y dialogal. Todos estos esfuerzos apuntaban y tenían cada vez más factores de lo que hoy se llama la comunicación para el cambio social, que trabaja para que las comunidades tengan una apropiación de sus propios procesos, se preocupa por la cultura y las tradiciones. En un mundo globalizado, donde la tecnología aumenta la brecha del analfabetismo y de la riqueza y la pobreza, la comunicación para el cambio social hace sonar las voces que están reprimidas, y a través de la reafirmación de su identidad, por medio del dialogo y la participación, alimenta los conocimientos locales para crear cambios hacia la meta de un mundo más justo.