

## **Las formas de comunicar**

Se divide a la clase en grupos de cuatro personas. A cada una de ellas se le entrega una copia de este documento. Tienen cinco minutos para leerlo de forma individual y otros diez para debatirlo en grupo y señalar las cuestiones más polémicas o interesantes. Cada grupo anotará en una hoja de papelógrafo los tres o cuatro elementos de mayor interés para el grupo. Puesta en común. Cada grupo explicará los puntos recogidos en su hoja y algo del debate que les ha llevado a esa selección.

Se abrirá el tema presentado a un debate conjunto siguiendo las preguntas propuestas en el [guión para el debate](#), a las que se pueden agregar otras surgidas de los trabajos de grupos.

## **Documento**

No es una tarea sencilla abordar y alcanzar cada una de las funciones que hemos atribuido a la Educación para el Desarrollo. El primer paso es distinguir entre información y comunicación. Para transformar la mentalidad de las sociedades del Norte, hay quienes piensan que basta con informar adecuadamente al público. Para ello se concentran los esfuerzos en el contenido y fiabilidad del mensaje y en los medios utilizados para transmitirlo. Esto supone priorizar la información frente a la comunicación. La comunicación exige criterios y métodos para abordar al público objetivo y de una interrelación continua entre emisor y receptor que genere una permanente retroalimentación en un proceso de diálogo. A diferencia de la mera información en la que el emisor es el agente activo y el receptor es pasivo; en un esquema de comunicación ambas partes son activas y tienen una influencia sistemática sobre el otro. Esta distinción está bien trazada por el sociólogo Javier Erro Sala en la “Guía de Comunicación, Desarrollo y ONGD” editada por HEGOA en el 2002.

Nos vamos a permitir transcribir algunas de sus páginas que nos ofrecen algunas claves sobre educación, información y comunicación.

## **Naturaleza educativa y estilo de comunicación**

Hablar de comunicación educativa supone caer en la tautología, como lo es mentar noticias de interés humano (¿para quién se difunden las demás, para los animales no racionales?) o de policía científica (presupone la existencia de otra policía acientífica), por citar dos ejemplos. Todo proceso de comunicación educa por naturaleza. Algo que a pesar de su obviedad no siempre se tiene en cuenta en el trabajo de las ONGD.

La naturaleza educativa de la comunicación se explica por el carácter de la agencia humana. Los seres humanos no sólo actuamos en un determinado marco (Introducimos cambios objetivos en ese marco), sino que lo creamos. La clave no reside en lo que un agente hace a la realidad, sino (sobre) quien (actúa) la realidad que el agente hace.

Aplicado al campo que nos ocupa esto significa que:

- Comunicar es, en este sentido, un estilo, porque:
  - Refleja y construye a la vez nuestras señas de identidad (conscientes e inconscientes).
  - Nos educa, porque forja percepciones y reafirma o desecha decisiones y opciones.
  - Construye los futuros posibles. El marco (los rasgos del sistema de solidaridad y cooperación, el tipo de instituciones que lo conforman y las relaciones que las conectan) en el que nos desempeñamos.
- Cuando las ONGD eligen su estilo de comunicación no sólo difunden mensajes: están construyendo el marco de solidaridad y cooperación en el que se insertan y están educando y transformando ellas mismas.

No deben separarse medios y fines: al pedir dinero en nombre del Sur podemos movilizar a la sociedad en torno al problema de la pobreza (crear cultura de solidaridad), o desmovilizar al difundir la idea de que todo se resuelve haciendo caridad (crear consumo de solidaridad).

No es fácil encontrar indicadores que nos permitan medir si estamos contribuyendo a crear cultura de solidaridad o a potenciar el consumo de solidaridad. En definitiva si estamos incorporando la solidaridad a nuestra vida y relaciones cotidianas o si nos anclamos en una solidaridad “de fin de semana”, superficial y disociada de nuestro desenvolverse diario.

Lo que significa tener muy en cuenta dos aspectos:

- Las profundas interrelaciones entre nuestro estilo de comunicación y nuestras políticas de sensibilización social y de educación para el desarrollo (porque sensibilizamos y educamos permanentemente, no sólo cuando realizamos actividades específicas de esos ámbitos).
- Las consecuencias del empleo de políticas y estrategias de información subdesarrollada basada en la difusión de imágenes menesterosas, negativas o infantilizadas de las personas beneficiarias o simplificando realidades complejas en imágenes telegénicas pero separadas de sus contextos.

Por eso podemos hablar de procesos de educación perversa para distinguir aquellos estilos de comunicación que desactivan los resortes de una auténtica cultura de la solidaridad. Lo hacen en tres direcciones:

- Educando al conjunto de la sociedad en un tipo de solidaridad compasiva, compulsiva y efímera que no parte del reconocimiento del otro como ser humano y no genera formas de solidaridad reflexivas y horizontales.
- Educando a las instituciones y a las personas. El estilo de comunicación atraviesa e impregna toda la institución, transformando sus prácticas sociales y su cultura.

- Educando a sus interlocutores. Son especialmente preocupantes los casos de las instituciones de intermediación en el Sur (ONGD), y la población beneficiaria. Dos son los motivos: la atracción que los modelos culturales de los países e instituciones del Norte ejercen sobre ellos; el hecho de que en una sociedad globalizada con las industrias culturales controladas por los países del Norte los agentes sociales del Sur acaban conociéndose a sí mismos a través de las imágenes que el Norte proyecta de y sobre ellos.

Parece pues que las ONGD están obligadas a repensar sus estilos y prácticas comunicativas.

### **Modelos comunicativos**

Las interrelaciones entre los estilos y los procesos de comunicar y educar adquieren tal grado de complejidad, mezcla e influencia que podemos identificar las correspondencias entre modelos de comunicación y de educación. Hasta el punto de que en América latina se extendió en los años 70 y 80 la categoría de comunicación educativa y ahora, más recientemente, el término educomunicación.

Distinguimos entre modelos que ponen el énfasis en los contenidos (comunicación y educación verticales); en los resultados (comunicación y educación persuasiva); o en el proceso (comunicación y educación dialógica):

#### **a) Énfasis en los contenidos**

Se corresponde con la visión educativa tradicional. El objetivo es que el educando aprenda; enseñarle, depositar en él los contenidos como si se tratara de un cántaro vacío. La participación y el diálogo quedan en un segundo plano. El educador o educadora pone las preguntas (de las que ya sabe las buenas respuestas).

#### **b) Énfasis en los resultados**

Guarda una estrecha relación con el modelo propagandístico. Sigue concibiendo al educando (receptor) como un objeto. Hay que con-vencer al educando. Se pretende que cambie de actitud pero sin pasar por la reflexión, por la libre elección. La participación del educando queda restringida a ejecutar su papel en una programación ajena, hecha por otras personas (a las que se pretende que adhiera como acto de fe). El objetivo es conseguir resultados, no promover la reflexión. Tiende a generar dependencia. Aunque se habla de retroalimentación no hay que dejar engañarse: sólo se busca comprobar que la persona destinataria ha dado la respuesta adecuada.

### **c) Énfasis en el proceso**

Como se concibe al educando como sujeto (activo), las palabras clave son diálogo y participación. Se trata de aprender a aprender. Los elementos de trabajo son el grupo y el proceso. El sujeto va apropiándose del conocimiento, descubriéndose, recreando sentidos, reinventándose. Los papeles de emisor/receptor o educador/educando se difuminan. El educador o educadora se convierte en un motivador, un mediador. La educación consiste en formarse para la participación, para ser ciudadanos y ciudadanas, para ejercer la solidaridad. No se renuncia a cambiar actitudes, pero se parte de la idea de que todo cambio debe ser un proceso libre, autónomo, cultural, profundo. Tampoco se tiene miedo al conflicto, porque se busca la problematización como fuerza generadora de reflexión y conocimiento.

Ahora bien, debemos huir de la tentación teoricista de buscar o perseguir estos modelos en estado puro, como si trabajáramos en un laboratorio. En la vida y en las ciencias sociales todo está entremezclado, superpuesto, y es la complejidad de cada situación la que decide. Pero la identificación de estos modelos constituye una herramienta valiosa para interpelarnos sobre los rasgos (verticales, propagandísticos o dialógicos) que predominan en el estilo de comunicación de nuestras instituciones y, por supuesto, de nosotros y nosotras mismas.

**Ya no se trata de persuadir y usar al otro/a sino de acompañarlo. Lo comunicativo se asocia con enseñar, compartir, vivir, reconocerse, encontrar y aprender con el otro/a. Se trata de acompañar el aprendizaje, de asumir que el otro no es sólo punto de destino sino, sobre todo, punto de encuentro.**

Fuente: Erro Sala, Javier: Comunicación, Desarrollo y ONGD. Ed. HEGOA. 2002. Bilbao.