

ALFONSO GUMUCIO: TEORÍA, PRAXIS Y TRANSFORMACIÓN DE LA REALIDAD

Por **María Sofía Bernat**

sofiabernat@gmail.com

Comunicación y Teorías Cátedra I
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
República Argentina

RESUMEN

El artículo es una invitación a conocer el pensamiento de un referente de la comunicación para el cambio social: Alfonso Gumucio, quien desde distintas disciplinas ha participado en la elaboración de esta perspectiva, no sólo con la teoría sino con una enorme experiencia de trabajo de campo. Sus influencias, especialmente de autores latinoamericanos, los conceptos claves que maneja, tales como diálogo y participación, y sus vivencias en numerosos países del mundo, dan lugar al desarrollo de un campo que todavía se encuentra en construcción y que es importante conocer si se aspira a producir transformaciones sociales de manera colectiva y horizontal, con organización, empoderamiento y solidaridad.

PALABRAS CLAVE

cambio social
diálogo
participación
comunidad

KEYWORDS

social change
dialogue
participation
community

ABSTRACT

The following article is an invitation to know the thinking of a leader in the field of communication for social change. This is Alfonso Gumucio, who from different disciplines, has participated in the elaboration of this perspective, not only with the theory but also with a huge experience of fieldwork. His influences, specially from Latin American authors, his key words such as dialogue and participation, and his experiences in many countries, have lead to the development of a field that is still under construction and it is important to know if aspirated to produce social change in a collective and horizontal way, with organization, empowerment and solidarity.

ALFONSO GUMUCIO:

TEORÍA, PRAXIS Y TRANSFORMACIÓN DE LA REALIDAD

por **María Sofía Bernat**

El presente texto se propone indagar en el pensamiento de Alfonso Gumucio a partir de la lectura de sus textos. El autor aborda la perspectiva de comunicación para el cambio social desde una mirada que rescata el diálogo y el punto de vista de los pueblos del llamado «Tercer Mundo». Con un vasto trabajo de campo, sus líneas dan pistas para reflexionar sobre las propias prácticas a la hora de pensar en producir transformaciones. Por eso, se considera de suma importancia su lectura.

¿QUIÉN ES ALFONSO GUMUCIO?

Alfonso Gumucio nació en 1950, en Bolivia. Es un cineasta y productor independiente, que ha abordado la literatura (poesía), el periodismo, la fotografía y, muy especialmente, la comunicación. Incursiona en el campo desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social y ha trabajado en África, en Asia, en Pacífico del Sur, en América Latina y en El Caribe. Se lo puede definir como un rebelde, alternativo y crítico, que posee un profundo sentido de justicia y de democracia y una mirada inclusiva de los sectores populares.

Estudió en el Instituto de Altos Estudios Cinematográficos y en la Universidad de Vincennes (París). Se exilió de su país, por la dictadura de García Meza, en 1980, y continuó su actividad de cineasta en Nicaragua, donde produjo *Cooperativa Sandino*.

Desde 1997 es parte de la iniciativa «Comunicación para el Cambio Social», de la Fundación Rockefeller. Participó como panelista y como invitado especial en reuniones internacionales en cinco continentes y coordinó el Grupo Temático de Comunicación para el Cambio Social en la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).

Publicó numerosas películas y textos, entre los que se encuentran: *Cine, censura y exilio en América Latina* (1979), *Las radios mineras de Bolivia* (1989), con la periodista Lupe Cajías; *Comunicación alternativa y cambio social* (1990) y *La Máscara del Gorila* (1982), por el que

recibió el Premio Nacional de Literatura del Instituto Nacional de Bellas Artes de México. Dos de sus libros más destacados son: *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social* (2001) y *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas* (2008), compilado con Thomas Tufte.

Casi desde la no academia, Gumucio produjo conocimiento legítimo y fundamental para pensar los procesos de cambio social. En una conversación mantenida por correo electrónico, en diciembre de 2013, sostuvo:

No soy un académico “duro”, aunque con los años he estado más y más vinculado a las universidades, no como docente a tiempo completo sino asesorando la creación de maestrías, animando talleres, dando conferencias... De pragmático tengo poco, no hay que olvidar que soy poeta.

REFERENTES TEÓRICOS

Entre los autores que posiblemente hayan influenciado el pensamiento de Gumucio, destacan los aportes de cuantiosos intelectuales latinoamericanos.

En «El cuarto mosquetero...», el autor indica:

La Comunicación para el Cambio Social nace como respuesta a la indiferencia y al olvido, rescatando lo más valioso del pensamiento humanista que enriquece la teoría de la comunicación: la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad (2004: 5).

En tal cita puede interpretarse que retoma, al menos, los aportes de Paulo Freire (1973) y de Antonio Pasquali (1972). Gumucio recurre al pedagogo brasileño para criticar la extensión, en relación con los proyectos agrícolas de este tipo y a lo que él llama «información asistencialista», que intenta imponer y persuadir a las personas de pueblos «subdesarrollados» para que adopten nuevas técnicas y comportamientos. En otras palabras: nada más alejado del diálogo. Por otra parte, parecería que este modelo entiende que las comunidades son «recipientes vacíos», capaces de ser llenados con los contenidos que los países del norte vierten hacia el sur, como si no existiese espacio para la resignificación y la apropiación, como si todas las culturas fuesen iguales y olvidando sus particularidades. Luego lo recupera para aseverar que sus planteamientos sobre educación y sobre comunicación dialógica «están en la esencia del paradigma de la comunicación para el cambio social» (Gumucio, 2004: 21).

Es importante tener en cuenta que Freire parte de la filosofía del lenguaje para sostener que cada persona al pronunciar su mundo puede descubrir y puede actuar para intervenir en él; es decir, para el autor el lenguaje posibilita la acción. Por otra parte, la comunicación dialógica está atravesada por la cultura y por los conflictos. Todos estos aspectos son incorporados por Gumucio.

Este pensador señala que las escuelas y las facultades de Periodismo y Comunicación Social continúan leyendo a Schramm, a Frankfurt, al estructuralismo francés, incluso al Everett Rogers de la difusión de innovaciones, pero no al que criticó su obra, excluyendo a algunos autores, tales como Juan Díaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán, Jesús Martín Barbero, Fernando Reyes Matta, Daniel Prieto Castillo, Rafael Roncagliolo, Orlando Fals Borda, Rosa María Alfaro, Jesús Galindo y Mario Kaplún.

Cuando sostiene que pensamos con ideas prestadas y con términos de autores estadounidenses, recuerda al planteo de Díaz Bordenave (1976), quien manifestó que casi todos los estudios llevados a cabo en estas tierras estaban empapados del proyecto de difusión de aquel país. El autor entendía que los profesionales de la comunicación del sur del continente debían desafiar su obligación mental de ver la realidad propia a través de la ideología y de los conceptos ajenos y debían aprender a interpretar estos procesos con su mirada. Indicaba que las recetas clásicas de difusión se formularon bajo condiciones socioeconómicas distintas y a partir de una postura incompatible con nuestro contexto. En esta línea, Gumucio asegura que «repetimos, traducimos y vulgarizamos términos que provienen de las técnicas de publicidad comercial e incluso de las técnicas de propaganda de la Segunda Guerra Mundial» (2006: 6). En el mismo sentido, Fals Borda (1987) planteó que frente a la crisis científica, política y moral del mundo, se podría estar construyendo un nuevo discurso, que deje de lado las palabras preferidas de los países ricos (desarrollo, subdesarrollo, crecimiento por sí mismo, etc.), y que diera lugar a conceptos tales como participación, *regionalidad* y poder.

Es oportuno destacar que Díaz Bordenave, siendo pionero de la comunicación para el desarrollo con una perspectiva lineal (emisor-mensaje-receptor), emigró del extensionismo rural a la crítica de tal modelo porque no resolvía los problemas ni provocaba bienestar. Incursionó en el campo de la pedagogía de manera que, de confiar absolutamente en la radio y en la extensión, las cuestionó a partir de un enfoque más educativo y dialógico. Pasó de entender a los campesinos como sujetos productivos a concebirlos como miembros de comunidades que tenían muchas cosas para decir. Esa transformación es, posiblemente, recuperada por Gumucio, ya que desde el campo de la comunicación se construyen las subjetividades: cuando cada uno puede hablar (pronunciar la palabra, en términos *freirianos*), existe.

El primero en plantear la lucha por las políticas de comunicación y por la democratización de la misma fue Beltrán (1976). Profundamente latinoamericanista, Beltrán explica que el desarrollo debe guiarse por una participación de todos en la toma de decisiones en lo que respecta a los asuntos de interés colectivo, haciendo hincapié en las «metas nacionales». La influencia de este autor se observa, por ejemplo, en el texto «Pluralidad cultural y comunicación participativa» (2011), donde Gumucio aborda los medios masivos, y en otros materiales en los que define el derecho a la comunicación como el derecho de las comunidades, de las organizaciones y de los pueblos «a expresarse a través de procesos participativos y de diálogo con pertinencia cultural» (2006: 12).

Gumucio retoma también a Pasquali para definir la libertad de expresión como una contradicción de términos irónica, porque sólo implica la libertad del informador. Es decir, el derecho de los dueños de los medios y de algunos periodistas para manifestar sus opiniones sin límites: el emisor sordo y el receptor mudo que no se comunican. A su vez, señala que ocurre una contradicción en la idea de medios de comunicación de masas. Indica Pasquali:

O estamos en presencia de medios empleados para la comunicación, y entonces el polo receptor nunca es una «masa», o estamos en presencia de los mismos medios empleados para la información, y en este caso resulta redundante especificar que son «de masas» (citado por Gumucio, 2011: 5).

Lo que acontece es que se silencia al receptor en tanto sujeto y se bloquea su posibilidad de interlocución. Por eso también define, de acuerdo al autor anterior, acceso y participación, en relación con la capacidad de utilizar todas las fuentes y los canales de emisión, sin restricciones y en situación de igualdad. Para Pasquali, la comunicación es auténtica si se producen relaciones simétricas y si los sujetos, tanto emisor como receptor, se pueden escuchar, para lograr entenderse mutuamente. Se podrían atribuir críticas similares a los modelos verticales de desarrollo: pueblos a los que no se oía y especialistas con mucho por decir y hacer desde una mirada centrada en sus propias recetas.

Gumucio se pregunta:

Si la comunicación es un proceso de intercambio y de diálogo, ¿no deberíamos ser más cuidadosos al usar la palabra «comunicación» para referirnos a los medios masivos? ¿No sería mejor ponernos de acuerdo en que son medios de información (aunque a veces de «deformación») y medios de difusión? ¿No podríamos hacer un esfuerzo y preservar la palabra «comunicación» para nombrar los procesos de intercambio entre iguales, los procesos de participación y de comunión en el sentido de compartir? (2006: 5)

Como el multiculturalismo es negado en los medios masivos, Gumucio sostiene que las experiencias de comunicación popular irrumpen en la esfera pública y se incrementan. Lo que se reclama es una nueva ciudadanía. El autor incorpora, entonces, la noción de medios alternativos o alterativos, de Roncagliolo (2002): debido a que responden y a que alteran «la verticalidad de los medios hegemónicos, son parte del tercer sector de la información que garantiza la comunicación horizontal entre culturas» (2011: 7). Esta concepción, junto con la de medios comunitarios, participativos, horizontales, entre otras, fortalece la identidad y la diversidad cultural.

También retoma a Galindo Cáseres (1998), quien encuentra dos escenarios distintos: «La sociedad de información que es dominante y la sociedad de comunicación que es emergente» (en Gumucio, 2011a: 8). La primera es vertical, posee una baja cultura de comunicación y una mayor cantidad de datos que de diálogo. La segunda está «compuesta por ciudadanos libres y participativos, por individuos críticos y reflexivos» (ídem), que viven en democracia, con tolerancia y entre los que prima un diálogo entre iguales, a pesar de sus diferencias.

Asimismo, recupera de Martín Barbero (1987) la idea de concebir la comunicación más allá de los medios porque surge en la cultura. Es un poner en común, un compartir, un hacer circular los sentidos. Las personas no somos tabulas rasas, sino seres culturales que podemos interpretar y ese proceso es el que genera identidad. Propone, además, desplazar la mirada del objeto y ubicarla en el proceso, lo cual es un planteo fundamental a la hora de pensar en cambio social. Por último, manifiesta que hay que ponerle «país a la investigación», es decir, no emprender esta actividad por fuera de los problemas sociales.

Alfaro (2006), en tanto, es una referencia debido a que encara la comunicación como lucha popular para transformar, concibiendo a los sectores populares como sujetos de transformación. No sólo recupera esta memoria, sino que pasa a una participación en la producción cultural, fomenta el cambio deliberativo y se interesa por el empoderamiento.

Estos pensadores latinoamericanos –de origen o por elección– revalorizaron la cultura popular, excluida por el modelo del desarrollo. Desde esta perspectiva, se revalúan la vida cotidiana, los diferentes tipos de narraciones, entre otros aspectos que resultan clave para pensar la posibilidad de producir transformaciones con las comunidades y no para ellas. Gracias al aporte de muchos, se entiende por qué Gumucio destaca que el concepto de comunicación parte de *comunio* (participar, compartir, fortalecer en conjunto). «Una comunicación sin participación es información en un solo sentido» (2004: 12), exactamente lo contrario de lo que se piensa cuando se habla de cambio social.

LOS PIES EN LA TIERRA

Gumucio tiene una vasta experiencia de trabajo de campo, que lo llevó a recorrer cuantiosos países del mundo: Bolivia, Nigeria, Haití, Burkina Faso, Bangladesh, Etiopía, Nicaragua, Costa Rica, Colombia, Papua Nueva Guinea, México, Guatemala, etc. Se desempeñó como profesional de la comunicación de UNICEF en Nigeria (1990-1994) y en Haití (1995-1997). Fue consultor internacional de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y de la UNESCO, entre otras. Ha abordado diferentes temáticas, como derechos humanos, arte y cultura, organización comunitaria, derechos del niño, poblaciones indígenas, salud y desarrollo sostenible. Quizás toda esta experiencia sea una de las más importantes referencias a la hora de elaborar sus textos y de trabajar con otras comunidades.

En «Tiempo de milagros...» (2006), Gumucio explica que durante su trabajo con Naciones Unidas en África debía elegir comunicadores que se ocupasen de programas de desarrollo junto con las comunidades o con los gobiernos. Comentó que prefería, en lugar de seleccionar periodistas, contratar a los extensionistas criticados por Freire, ya que los primeros no podían desprenderse de los medios ni tener un pensamiento estratégico de la comunicación. Se concebían de manera vertical, y pretendían «transmitir» conocimiento, sin dar lugar al intercambio de saberes y al diálogo, e ignorando que el conocimiento «es lo que cada individuo crea cuando procesa la información de acuerdo a su cultura, a sus valores y al conocimiento que ya posee» (2006: 7).

En el mismo documento, Gumucio expone que en 2003 el Consejo Nacional de Lucha contra el SIDA de Mozambique le pidió asesoramiento para el diseño de una estrategia de comunicación. Su intención fue facilitar un proceso participativo, en vistas al desarrollo. Durante diez meses se produjo un diálogo con alrededor de cincuenta instituciones (agencias de cooperación, organizaciones no gubernamentales, ministerios, etc.), que permitió identificar problemas e ir generando propuestas de comunicación. Se realizó una estrategia validada por todos que debía ser integrada al Plan Nacional de Lucha contra el SIDA, pero que nunca fue implementada ya que UNICEF –fuente financiadora de ese trabajo– la archivó.

Al respecto, Gumucio indica:

Todo el proceso no sirvió para nada porque una persona se interpuso [la representante de tal organización, Marie Pierre Poirier], usando el poder circunstancial que le otorga la burocracia de los organismos internacionales [...]. Nada va a mejorar si no cambian las políticas de comunicación de las instituciones que toman las grandes decisiones sobre el desarrollo (2006: 11).

En «El cuarto mosquetero...» (2004), el autor establece que han pasado décadas de desarrollo a la inversa, de desarrollo vertical, que no tenían en cuenta la cultura de cada país. En este sentido, menciona «anécdotas del mal desarrollo», como bombas de agua que no funcionaban, hospitales sin equipamiento ni recursos humanos, etcétera.

Por su experiencia, entiende que los periodistas y los expertos en marketing no abordan la comunicación desde una perspectiva intercultural. Expresa que en Papa Nueva Guinea, en un programa de promoción de la salud, los especialistas habían producido carteles con la composición de los cigarrillos europeos (nicotina, acetona, tolueno, etc.), sin tener en cuenta que allí la mayoría de los habitantes fumaba cigarrillos artesanales. Ese caso es una metáfora de lo que ocurre cuando se ignora la cultura con la que se trabaja «y se pretende incidir sobre ella sin establecer primero un diálogo y un reconocimiento de la realidad que haga posible el proceso participativo» (Gumucio, 2004: 11).

Otra «anécdota» que destaca es tuvo lugar en Burkina Faso, donde observó centenares de casillas de correo junto a un muro: era una donación de Alemania para la futura oficina que se iba a construir en una aldea donde las mayorías no sabían leer ni escribir. Allí también vio un hospital cerrado por falta de enfermeros y de médicos. En otros momentos, observó agua derramarse durante meses en el Sahara porque nadie compraba el repuesto de la llave; o autos que habían sido donados y que se apilaban en los patios del ministerio de Educación de Haití porque se habían destruido en accidentes o porque nadie los mantenía.

Una estrategia de comunicación que remarca es la llevada a cabo en Nigeria, junto con otros funcionarios de UNICEF: tenían que adelantar la campaña de vacunación en un territorio donde las inyecciones eran percibidas como contrarias a la fe musulmana. Debieron aprender la tradición para elaborar propuestas y lo hicieron junto con las autoridades religiosas, que encontraron en el Corán citas que fundamentaban el uso de inyecciones.

Con todo ello, Gumucio afirma que, en general,

las comunidades son simplemente «receptoras» de contenidos ajenos a su tradición y a su cultura, y por lo tanto tienen una vivencia de la comunicación que más se parece a un exilio interno, en su propia realidad, que a un proceso de diálogo constructivo (2004: 12).

Por eso, la totalidad de su experiencia se vuelve tan rica a la hora de repensar nuestras prácticas.

LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

En una reunión convocada por la Fundación Rockefeller, en 1997, empezó a formularse la comunicación para el cambio social, en el marco de un debate cuyo tema era «¿Qué comunicación para el cambio social en el próximo siglo?». Esta etapa culminó con un manifiesto publicado luego de una conferencia en Cape Town (África del Sur), en el que se concibió al cambio social como «un proceso de diálogo privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo» (Gumucio, 2004: 23).

Este enfoque explicita el requerimiento de modificar los términos del desarrollo y de la comunicación:

Se plantea que las comunidades deben ser actores centrales de su propio desarrollo, que la comunicación no debe persuadir sino facilitar el diálogo, y que no debe centrarse en los comportamientos individuales sino en las normas sociales, en las políticas y en la cultura (Gumucio, 2004: 23).

La comunicación para el cambio social ética. En otras palabras, se trata de una comunicación «de la identidad y de la afirmación de valores; que amplifica las voces ocultas o negadas y busca potenciar su presencia en la esfera pública» (2004: 6). El diálogo y la participación son centrales y, si bien aparecían en otros modelos, no estaban presentes en los paradigmas dominantes.

El horizonte del cambio social se vincula con la participación, el diálogo, la inclusión, el respeto, la tolerancia, la justicia social y el empoderamiento, para dar fuerza a las voces marginadas. De acuerdo con el autor, una comunicación con semejantes características es la que va a garantizar «un desarrollo social apropiado y sostenible» (2006: 2). Se refiere, de este modo, a procesos de apropiación social y a experiencias que no requieren insumos externos, sino que son llevadas a cabo por los propios actores sociales.

No se trata de un nuevo paradigma, sino de una nueva propuesta que incluye a las anteriores y que tiene como objetivo transformar sectores de la sociedad que no estaban en los proyectos precedentes. La comunicación para el cambio social intenta «establecer términos más justos en el proceso de interacción cultural que se produce en el roce entre las culturas» (Gumucio, 2004: 21). Lo que se busca es la construcción de un diálogo horizontal, sin que se produzcan heridas, para lo cual es necesario reafirmar la propia cultura, con el fin de que se generen intercambios en igualdad de condiciones.

En la «Introducción» de *Antología de comunicación para el cambio social* (2008), Gumucio y Thomas Tufte plantean que, ante las problemáticas de las comunidades, los profesionales ajenos a las mismas no tienen que seguir imponiendo –e importando– recetas. Las personas pueden reunirse y dialogar para encontrar soluciones y para generar proyectos de modo colectivo. De allí que sea tan importante la comunicación y el diálogo constituya un concepto central en este campo. Los autores entienden al cambio social como:

Un proceso de diálogo y de debate basado en la participación y en la acción colectiva, a través del cual la propia gente determina lo que necesita para mejorar sus vidas. En el corazón del concepto está la convicción de que las comunidades afectadas entienden mejor su realidad que los “expertos” ajenos a ella (2008: 23).

Como se aprecia, otro término significativo es el de participación de los actores sociales, que son también comunicadores y deben realizar sus propuestas. Aquí es relevante la apropiación del proceso de comunicación: se trata de desarrollar «la capacidad autónoma y colectiva de adoptar la comunicación como herramienta que contribuye al fortalecimiento organizativo comunitario» (Gumucio & Tufte, 2008: 23). Se valora la cultura y el conocimiento local: saber y tradición ya no son barreras para el desarrollo.

Los autores sintetizan las «fuerzas impulsoras» de este campo. Además de la mencionada apropiación del proceso de comunicación, pueden incluirse la horizontalidad y las relaciones comunitarias para potenciar las voces de los más pobres, el protagonismo de las comunidades en las transformaciones, el diálogo y el debate igualitario, la importancia de tener en cuenta el contexto, el fortalecimiento de la identidad cultural y el empoderamiento de las culturas. Abandonan el modelo lineal de comunicación para pensar en un proceso cíclico de interacciones, ubicando el foco en la acción conjunta y en los saberes compartidos. A partir de todo esto, concluyen que la comunicación para el cambio social es un «proceso vivo» que depende de las condiciones culturales.

Gumucio critica el hecho de que los programas de desarrollo se fabricaban en laboratorios de Estados Unidos y se aplicaban en distintos contextos. Esto generaba un diálogo desigual entre la cultura dominante y la local. La comunicación para el cambio social es lo contrario: se sostiene en los relatos excluidos, busca un diálogo equitativo y horizontal, reconociendo la importancia de los saberes de las comunidades, fomentando las redes, para que haya un crecimiento mutuo. Se critica la idea de un desarrollo sin «participación de los sectores directamente afectados, y se promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria» (Gumucio, 2011b: 28).

RETOS A LA COMUNICACIÓN

El cineasta aborda tres desafíos que le parecen fundamentales a la hora de indagar en esta perspectiva: el reto de nombrar las cosas, el reto de seguir desarrollando el campo en tanto disciplina y el reto de legitimar la comunicación para el cambio social.

En lo que refiere al primero, sostiene que se habla tanto, debido al convencimiento de tener la verdad, que se deja de oír. La escucha permite reconocer los obstáculos existentes a la hora de dialogar con los otros. Entre ellos se encuentran las palabras, porque usamos las mismas para nombrar cosas distintas o porque denominamos a elementos semejantes de diferentes maneras. Y ello puede generar confusión. El autor destaca que las palabras son convenciones que, producto de su utilización, se vuelven normas. Pero como no todos las entendemos del mismo modo, encuentra un problema vinculado a nuestra temática: hay diversas concepciones de comunicación y de información, debate que se desarrolló en líneas anteriores.

Por todo esto, subraya la importancia de llegar a acuerdos antes que a definiciones precisas; especialmente, en términos como información y comunicación, mensajes y procesos, acceso y participación, comunicación y comunicaciones, periodistas y comunicadores.

Aprender a escuchar no sólo va a posibilitar otras miradas en nuestras investigaciones sino que, además, nos va a ayudar a ser mejores personas: más democráticas, más atentas a lo que le ocurre al otro/a. Encontrarnos para dialogar, para construir juntos y para enriquecer las lecturas individuales que muchas veces hacemos de las problemáticas abordadas es un reto que se enfila, sobre todo, contra el individualismo.

El segundo desafío se relaciona con el hecho de que la comunicación para el cambio social continúa siendo un campo en desarrollo, no algo acabado. Gumucio destaca que en América Latina seguimos pensando desde categorías importadas y que la comunicación para el desarrollo está imbuida de nociones militares (como «dar en el blanco») y de conceptos de la publicidad (como «clientes»).

El autor indica que existe una gran resistencia para que la comunicación para el cambio social se convierta en una disciplina, principalmente porque está próxima al campo de la información. Sin embargo, son campos distintos, que merecen tratamientos separados. Aprovecha para cuestionar, también, a las unidades académicas que modificaron su nombre (de Escuelas de Periodismo a Facultades de Comunicación Social), pero sin dejar de lado la orientación hacia los medios de difusión, olvidando los procesos y el campo propuesto. A su entender, hay un gran desencuentro entre el ámbito académico y las instituciones de desarrollo: estas últimas mantienen una mirada conservadora de la comunicación, porque en general no cuentan con profesionales especializados en esta perspectiva.

El tercer reto se refiere a legitimar y a jerarquizar la disciplina «entre los grandes» (Gumucio, 2006: 8), en las llamadas organizaciones para el desarrollo, como ONG, agencias internacionales y gobiernos. «El tema de jerarquizar a los comunicadores debe leerse desde una perspectiva política», afirma Gumucio (ídem), quien entiende que en estos ámbitos los periodistas cumplen papeles subalternos, como diseñar carteles o redactar boletines, pero no toman las decisiones relevantes sobre la comunicación, papel exclusivo de los funcionarios que poco entienden de este campo en tanto proceso. Por ello, el autor cree que es tan importante la jerarquización: sostiene que se precisan más doctores y magisters en comunicación para el cambio social para que intervengan en las decisiones y promuevan la generación de estrategias y de políticas de comunicación, abandonando los paradigmas de hace más de cincuenta años.

DESAFÍOS PARA LOS/AS COMUNICADORES/AS

Gumucio señala la necesidad del nuevo comunicador como parte esencial de una estrategia que debe reunir «el objetivo del cambio social, el conocimiento de nuevas tecnologías y el proceso de comunicación» (1998: 1). Este nuevo comunicador puede venir de la antropología, de la agronomía, de la sociología, de la salud, del periodismo o de la educación.

A su entender, la diferencia entre los periodistas y los comunicadores se relaciona con la posibilidad de entender los procesos de una vía (información) y los de doble vía (comunicación). Los últimos tienen ciertas destrezas que los primeros no –ya que sólo se especializan en medios–; por eso, él debió «desaprender» (2004: 19) a ser periodista y aprender a ser un comunicador para el cambio social.

Para Gumucio, entre los rasgos que diferencian al “nuevo comunicador” destacan:

una mezcla de experiencia en desarrollo, una especial sensibilidad para trabajar con las comunidades y el conocimiento de las herramientas y de las tecnologías de la comunicación [...]. Tiene que encontrar un equilibrio entre una forma muy práctica de enfrentar la realidad social y la capacidad de elaborar y de conceptualizar estrategias (1998: 2).

Por eso, sostiene que en la actualidad la formación académica se vuelve en alguna medida poco significativa, ya que en general los profesionales universitarios no están preparados en este campo y muchas veces no tienen experiencia.

Se requiere no sólo una comunicación interpersonal para producir transformaciones sociales, sino que también se revaloriza el papel de las tecnologías a la hora de pensar en intercambios culturales horizontales: «El significado de comunidad puede ser ampliado a grupos que tienen intereses comunes, aunque pertenezcan a culturas diferentes» (1998: 3).

Gumucio afirma que los desafíos a la comunicación se diversifican de manera constante ya que hay nuevas posibilidades y nuevas necesidades. El nuevo comunicador tiene a disposición variadas herramientas y experiencias a abordar. Para esta tarea, señala Gumucio, el especialista en comunicación y cambio social elabora tres premisas principales:

- La tecnología es sólo una herramienta que puede apoyar el proceso de comunicación, pero éste no depende únicamente de ella; se concibe a la tecnología de modo amplio: desde una computadora hasta un lápiz.
- En este campo se trabaja con culturas y se requiere de una gran sensibilidad para acompañar las transformaciones, en el marco de un «proceso de intercambios culturales horizontales respetuosos» (1998: 4).
- El proceso es más importante que el producto porque ahí comienza el cambio social. El encuentro con las comunidades es más significativo que un documento allí producido.

Es importante destacar estos puntos. Por un lado, Gumucio advierte que no debemos dejarnos fascinar por las tecnologías, pero subraya su valor; es decir, no tiene una visión apocalíptica. Por el otro, hace foco en lo sensible, que en el ámbito académico no siempre es tenido en cuenta pero que al reconocernos como sujetos sociales es imposible dejar de lado: ¿cómo pensar en producir transformaciones si no nos conmueve la realidad para «hacernos mover» con los otros hacia ciertos objetivos de cambio?

Por último, la idea de rescatar el proceso nos está diciendo que es allí donde se encuentra la posibilidad de empoderarnos, de apropiarnos de las problemáticas y de pensar colectivamente algunas propuestas/soluciones. En estos aspectos, se entiende por qué el cambio

social es subjetivo: apunta directamente hacia y se produce con las personas. Cuando nos concebimos como sujetos de cambios algo se modifica, empezando por la mirada sobre el mundo: se vuelve transformable.

En línea con Gumucio, se puede sostener que si las comunidades se apropian del proceso comunicacional los cambios se pueden sostener. Esta perspectiva es horizontal e intenta potenciar lo comunitario, dando espacio a las voces y a los contenidos locales. Se comprende que las personas son las protagonistas de sus transformaciones y eligen sus modos de comunicarse. Se promueve el diálogo, la participación, el debate en comunidad –y no las transmisiones externas– para fortalecer la identidad, el compromiso, el habla y la confianza. Este campo no busca la modificación de comportamientos individuales, sino que piensa en políticas, en la cultura y en el contexto. Por eso, es profundamente democrático e intenta construir sociedades con igualdad y con justicia social, donde se escuchen todas las campanas pero donde todas esas campanas tengan la posibilidad de sonar.

REFLEXIONES FINALES

*Soy el desarrollo en carne viva,
un discurso político sin saliva.
Calle 13, Latinoamérica*

Es inmensurable el valor de los aportes realizados por Gumucio a la comunicación para el cambio social. No sólo por sus escritos y por sus obras en otros soportes, como el audiovisual, sino porque sus relatos son producto de una amplia experiencia en el trabajo de campo.

Uno de los puntos más significativos resulta su explicación sobre el nacimiento de esta perspectiva, que continúa en construcción. Si bien indica que se empezó a hablar explícitamente en estos términos desde 1997, se fue gestando desde, por lo menos, la primera mitad del siglo xx, con el texto de Bertolt Brecht «La radio como aparato de comunicación» (1932) [Gumucio & Tufte, 2008]. En «Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo» (2011b) y en *Antología...* (2008) manifiesta de forma muy clara la forma en que el campo se fue construyendo a partir de los aportes de la comunicación para el desarrollo, la teoría de la independencia, la invasión cultural, la comunicación alternativa, participativa, popular, hasta constituir esta perspectiva. Se observa cómo se va pasando de una visión economicista, que entiende que los países *subdesarrollados* requieren del conocimiento y de la tecnología de los países que inventan tales teorías, y de las distintas recetas creadas por las potencias dominantes de acuerdo a los contextos, a un enfoque centrado en las personas reunidas en comunidad, donde su voz se nombra y se escucha, donde cada ser humano importa y no es reemplazable.

Por otra parte, a la hora de desarrollar el campo, se revaloriza el papel de los llamados países tercermundistas y, sobre todo, de nuestra región, a la que considera pionera en la comunicación para el desarrollo y «en la generación tanto de prácticas concretas como de pensamiento crítico» (2006: 1). Sin embargo, todo esto ha sido excluido porque la mayoría de los textos en circulación se referían a pocos casos y estaban escritos en inglés, además de la poca visibilidad que suelen tener las prácticas comunitarias:

Estas son algunas de las razones que explican por qué las experiencias de comunicación participativa en América Latina, que se iniciaron a fines de los años cuarenta y que hoy se cuentan por millares, no han sido suficientemente tomadas en cuenta por el mundo académico de Estados Unidos y de Europa (Gumucio, 2001: 8).

De allí el enorme valor de *Haciendo olas...* (2001), donde se reúnen estas experiencias y otras de India, de África, etcétera.

Asimismo, al hablar de cambio social el autor destaca el papel de las comunidades más marginadas y los intercambios culturales, piensa en movimientos sociales, pero también incluye los medios y el derecho a la comunicación, la esfera pública, entre otros. Cuando se refiere al cambio social, lo hace «a lo grande», entendiendo lo que recuerda Eduardo Galeano: «Los sueños anuncian otra realidad posible y los delirios, otra razón». Esa convicción tan fuerte en la posibilidad de producir transformaciones es, precisamente, lo que lo lleva a trabajar en los contextos más complejos y a facilitar procesos de participación y de diálogo que dan lugar a la construcción de otros mundos alternativos.

Un gran aporte de Gumucio sea, quizás, invitarnos a pensar y a reflexionar sobre nuestras propias prácticas, sobre el rol que deben ocupar la universidad pública y sus investigadores. Es una interpelación constante, que nos obliga a preguntarnos en qué lugares va a estar presente la academia y de qué maneras.

No quisiera terminar estas líneas sin remarcar que el autor es muy original, inclusive, en su forma de escribir: emplea analogías y metáforas que permiten una comprensión más fluida de sus textos y, a su vez, nos acerca a situaciones de la vida cotidiana sin abandonar en ningún momento la crítica: «Los que tienen la sartén del desarrollo en sus manos» (2006: 2), «Entre gitanos no nos vamos a leer la suerte. Seamos autocríticos» (2006: 2), «Los comunicadores no deben seguir siendo la quinta rueda del carro del desarrollo» (2006: 9), «Promover la Comunicación para el Cambio Social en el contexto académico actual es tan arriesgado como viajar a Estados Unidos con un pasaporte palestino» (2004: 13). Gumucio nos enseña, una vez más, que desde las letras y con creatividad se lucha, pero siempre exponiéndose: poniendo el cuerpo frente a las problemáticas de nuestros pueblos para construir otra realidad posible, más inclusiva y democrática. ■■■

BIBLIOGRAFÍA CITADA

ALFARO, Rosa María (2006). *Otra Brújula*. Lima: Calandria.

BELTRÁN, Luis Ramiro (1976). «Políticas nacionales de comunicación en América Latina: los primeros pasos». *Nueva Sociedad* (N.º 25), pp. 4-44.

FREIRE, Paulo (1973). *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. México: Siglo XXI.

GALINDO CÁCERES, Jesús (coord.) (1998). «Técnicas de investigación». En *Sociedad, cultura y comunicación*. México D. F.: Addison, Wesley, Longman.

GUMUCIO DAGRÓN, Alfonso (2011a). «Pluralidad cultural y comunicación participativa». Conferencia Cátedra UNESCO de Comunicación. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

_____ (2011b [2002]). «Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo». En Cadavid, Amparo y Pereira, José Miguel (eds.). *Comunicación, Desarrollo y Cambio Social*. Bolivia: UNESCO, Pontificia Universidad Javeriana, Uniminuto, KAS.

_____ y TUFTE, Thomas (comps.) (2008). *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. Bolivia: Plural editores.

GUMUCIO DAGRÓN, Alfonso (2006). «Tiempo de milagros: tres retos de la comunicación para el cambio social». Lima: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

_____ (2004). «El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social». *Investigación y desarrollo*, 12 (1), pp. 2-23.

_____ (2001). *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*. Nueva York: Fundación Rockefeller.

_____ (1998). «El nuevo comunicador». Seminario Comunicación y Cambio Social. Washington: Fundación Rockefeller.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.

PASQUALI, Antonio (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Ávila.

RONCAGLIOLO, Rafael (2002). En Chaparro Escudero, Manuel. *Sorprendiendo al futuro*. Barcelona: Los libros de la frontera.