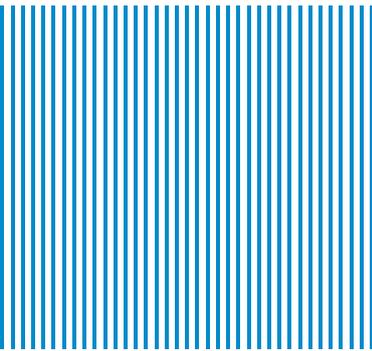




# COMUNICANDO PARA LA SOLIDARIDAD Y LA COOPERACIÓN

## CÓMO SALIR DE LA ENCRUCIJADA

TERESA BURGUI y JAVIER ERRO (Coordinadores)



COMUNICANDO  
PARA LA SOLIDARIDAD  
Y LA COOPERACIÓN.  
CÓMO SALIR DE  
LA ENCRUCIJADA

### **Fotografía de portada**

© Enrique Pimoulier Laspeñas

### **Coordinación**

Javier Erro Sala

Teresa Burgui Jurío

### **Edita**

Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía

[www.comunicaciónyciudadanía.org](http://www.comunicaciónyciudadanía.org)

Pamplona

### **Copyright**

© Teresa Burgui Jurío y Javier Erro Sala

© Cada autor y autora de cada uno de los artículos.

Este libro se ha realizado en el marco de un programa en el que han participado las organizaciones, Fundación Mundubat, Círculo Solidario, Asamblea de Cooperación por la Paz, y Fundación Empresa y Solidaridad, y que ha sido patrocinado por el Gobierno de Navarra.

### **ISBN**

978-84-614-3931-7

### **Depósito Legal**

NA-2778/2010

Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida sin permiso previo de los editores.

# ÍNDICE

**INTRODUCCIÓN: Comunicar haciendo solidaridad y cooperación en tiempos de la cultura audiovisual.** TERESA BURGUI Y JAVIER ERRO..... 5

**PRIMERA PARTE: Bases epistemológicas para educar en una cultura de la solidaridad** ..... 23

- Acción social y Comunicación. JOAQUÍN GARCÍA ROCA ..... 25
- Cultura de Paz y Educación para el Desarrollo. VICENT MARTÍNEZ GUZMÁN; IRENE COMINS MINGOL ..... 51
- Creciendo juntos y en comunicación. Ciudadanías que crecen desde enfoques educativos. ROSA MARÍA ALFARO ..... 71
- Comunicación y educación en la Estrategia de Educación para el Desarrollo española. MARI LUZ ORTEGA CARPIO ..... 89
- Comunicar y educar desde la cultura audiovisual. JOAN FERRÉS I PRATS..... 101

**SEGUNDA PARTE: Comunicar “desde” la educación cuando hablamos del Tercer Sector, de ONGD y de desarrollo** ..... 111

- Comunicación, cultura y educación para la solidaridad y el desarrollo. Un análisis desde el discurso. ELÓISA NOS ALDÁS ..... 113
- Comunicación, cooperación internacional para el desarrollo y ONGD: un modelo de trabajo desde la educación y la cultura. JAVIER ERRO SALA.....137
- Qué oportunidades ofrece la “nueva cultura digital” a las ONGD en su condición de *entidades educadoras*. TERESA BURGUI JURÍO..... 179
- Comunicación y Educación para el Desarrollo: una apuesta por la ciudadanía global. MANUELA MESA PEINADO ..... 201
- Recuperando la esencia: las ONGD como agentes de comunicación para el cambio social. MONTSE SANTOLINO PRIETO..... 221
- La solidaridad consumida. De socio a donante en 10 años. CARLOS BALLESTEROS ..... 257



# INTRODUCCIÓN

## COMUNICAR HACIENDO SOLIDARIDAD Y COOPERACIÓN EN TIEMPOS DE LA CULTURA AUDIOVISUAL

*“Yo creo que había que inventar un juego en el que nadie ganara”*

Jorge Luis Borges

Cuando hablamos de solidaridad, de cooperación internacional para el desarrollo y de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD), existe un gran vacío en torno al tema de la comunicación. Sobre el papel de la comunicación en la solidaridad se viene hablando y escribiendo mucho, pero faltan propuestas que introduzcan lo comunicativo por dentro de la trama social que los actos de solidaridad movilizan.

En el pasado se habló mucho de las vinculaciones entre comunicación y desarrollo, se lanzaron propuestas teóricas de calado –en general vinculadas a la figura del Estado, que hoy se desdibuja–; se iniciaron experiencias de comunicación popular, tal vez alternativas, que produjeron avances sin los cuales hoy no podríamos comprender el presente; pero se estuvo lejos de conseguir plasmar un marco coherente que nos sirviera para comprender el protagonismo que lo comunicativo tiene en el devenir de lo social. El desarrollo de la sociedad de la información y del conocimiento, de la cultura audiovisual y digital, de esa realidad o abstracción, según quiera mirarse, que algunos autores llaman «comunicación global» (Bolzt), junto con la convicción de que sufrimos una época de crisis, y la irrupción de una sociedad civil con un poder errático, pero contagioso, han colocado en los últimos años nuevamente el acento en la relación entre comunicación y sociedad. La comunicación, con muchas caras y contradicciones, ha pasado así a inundarlo todo. Se ha convertido en coartada, en disciplina o *indisciplina* de moda que, aunque por supuesto no es capaz de explicarlo todo, deja muy claro que sin su concurso tampoco puede explicarse nada de lo que sucede por dentro de una sociedad contemporánea marcada por la efervescencia de la contingencia, la incertidumbre y el riesgo, pero también por la irrupción de las creatividades individuales y sociales. Hoy ya hemos descubierto que la comunicación tiene más de juego, de relación humana, que de estrategia (Borges, Gadamer), y que, como sostiene Joaquín García Roca en estas páginas, «en nuestra sociedad la acción social constituye un género de la comunicación».

En nuestro país, con el comienzo del nuevo siglo, comenzó también a revisarse la comunicación que se hace desde y con lo social. Una serie de autores empezaron a cruzar sus miradas y a producir iniciativas. Una de ellas fue el surgimiento del I Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía (Pamplona, 2006) ([www.comunicacionyciudadania.org](http://www.comunicacionyciudadania.org)). Nació *naturalmente* como

lugar de encuentro para aquellos actores implicados en el ámbito de la comunicación social y la educación: responsables de medios y profesionales de la comunicación, educadores/as, miembros de organizaciones sociales y responsables de políticas públicas de comunicación, educación y acción social

que quisieran comenzar a comunicarse para

identificar y compartir diversas experiencias de trabajo con los medios de comunicación y uso de las NTIC que posibiliten formas novedosas de construir ciudadanía. Generar propuestas, desde el análisis y el debate, que contribuyan a entender y propiciar nuevos espacios de comunicación para los movimientos sociales actuales. Contribuir al debate sobre la construcción de ciudadanía y el papel de los medios de comunicación y los movimientos sociales.

Fue una experiencia que rebrotó un año más tarde para reconfigurar el formato original en forma de red autónoma y comunicativa. El II Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía, se centró en esa segunda ocasión en las “nuevas narrativas mediáticas”. Planteó públicamente el debate en torno a una pregunta: ¿Es posible pensar la ciudadanía para el siglo XXI y no hacerlo en términos audiovisuales?

Rezaba su declaración de intenciones:

Pretendemos poner encima de la mesa los retos que plantean las nuevas narrativas y los medios audiovisuales y digitales a la hora de educar y comunicar para una ciudadanía consciente, crítica y creativa.

Quizás lo más interesante de este esfuerzo, que ha vivido y vivirá seguramente en el futuro distintos momentos, fases e intensidades, son las preguntas que lanza al aire y que pone en la circulación pública. ¿Cómo intervenir en la sociedad cuando hablamos de solidaridad y de cooperación internacional para

el desarrollo en los tiempos de la cultura audiovisual y de la cultura de red? ¿Qué cambios epistemológicos, que nuevas herramientas prácticas, que transformaciones de forma y fondo resultan imprescindibles para plantear y hacer otra comunicación cuando hablamos de organizaciones de solidaridad y de ONGD?

De aquellos primeros amagos algunas de las personas implicadas sacamos la consecuencia de que toda transformación comunicativa de fondo en este tema pasa por revisar la confluencia entre la comunicación, la educación y la cultura. Fue necesario salir de la *estrechez* de la urgencia de la actividad comunicativa, del resplandor cegador de los medios de comunicación de masas, del cerco de lo institucional y de las prisas enfermizas por legitimarse socialmente sea como sea, para redescubrir la riqueza enorme y prometedora de la comunicación social. Paradójicamente, hubo que *perderse* un tiempo por los vericuetos complejos de la educación y de la cultura para, una vez *indisciplinados*, reencontrarnos de nuevo y comenzar a construir nuevos horizontes y nuevos puntos de partida. Aprendimos en ese camino, a ratos brumoso, que toda intervención, que toda organización social que pretende intervenir, tiene que moverse hoy en terrenos comunicativos. Comprendimos que hacer es hoy, más que nunca, decir, comunicar, educar, convertir toda acción social en cultura.

Recientemente, hemos avanzado otro paso. Parece que ha llegado el momento de asumir que decir cultura hoy es, sobre todo, sentir y pensar en y desde el reino de las imágenes y de la interactividad social. Y que pensar la intervención social y educativa supone mirar desde los puentes entre la comunicación y la educación, y además hacerlo desde la hegemonía de la cultura audiovisual. Lo que acabamos de descubrir es que, a través de la cultura de la imagen, de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y de la cultura digital, la función de educar se ha trasladado, con casi todos sus enseres, al espacio de la comunicación. En efecto, el nuevo escenario viene marcado por el desencuentro entre los estilos de enseñar (desde una cultura libresca y lineal) y de aprender (desde una cultural audiovisual y rizomática), que, en realidad, tal como denuncia Martín Barbero, supone el choque entre una cultura de jerarquía vertical e ingeniería social, y una cultura de participación e interactividad social. Es la complejidad de los procesos sociales lo que ahora emerge, cambiando las miradas y los criterios de todas las personas (profesionales y voluntarias) y de todas las instituciones (formales e informales, públicas y privadas, gubernamentales y no) que participan en los procesos de intervención social.

Ahora bien, comprender e incidir en esta complejidad recién destapada requiere una mirada holística que sepa emanciparse, cuando tenga que hacerlo, de las constricciones disciplinarias y de los enfoques sectoriales; que aprenda a ver desde los cruces, las transversalidades, las conversaciones y las aplicaciones. Partir de una perspectiva comunicativa amplia e integradora, mucho más indómita que la inercia instrumental, y por eso fructífera, permite desentrañar viejos errores y enfocar los antiguos y nuevos problemas concretos desde ópticas y herramientas nuevas. Se revitalizan así objetivos y temas que parecían agotados: la relación entre comunicación y desarrollo, cuando se habla de comunicación y ciudadanía (Alfaro), cuando se redefine como comunicación y cambio social (Gumucio, Chaparro, Del Río), o cuando se plantean, más en concreto, encarnados en un sector, como el caso de la comunicación y el Tercer Sector (Nos Aldás), o en instituciones, como las ONGD (Erro, Burgui, Santolino). Parece pues que ya contamos con las suficientes herramientas (prácticas y teóricas) para replantearnos el vacío que existe en las ONGD de un marco y modelo comunicativo propio, y para comenzar a construirlo con sistematicidad.

En efecto, hoy sabemos que el papel de la comunicación es clave en todos los procesos de intervención y transformación social, en el desempeño de sus instituciones, pero esa convicción aparece lastrada a la hora de encarnarse en prácticas sociales por las inercias comunicativas e instrumentales en las que nos hemos formado y educado y con las que hay que romper, antes de que la sociedad rompa con nosotros. Conocemos que los temas comunicativos son esencialmente socioculturales, no sectoriales o disciplinares, por la carga que la comunicación tiene en la configuración de lo social, y que no es posible aportar soluciones a los temas comunicativos desde visiones que olvidan o prescinden del todo. O la comunicación que proponamos parte de una visión integral, o está llamada a extinguirse antes de nacer.

El objetivo de este texto es realizar una primera sistematización sobre las posibilidades de construir un modelo propio de comunicación para la solidaridad, la cooperación internacional y las ONGD desde los vínculos que se generan entre la comunicación, la educación y la cultura, en la era digital.

La primera parte del libro está dedicada a señalar aquellas *bases epistemológicas que permitan educar en una cultura de la solidaridad*. Asumiendo que la comunicación social tiene que interpretarse en términos de cultura y la acción social en clave de solidaridad, cinco autores y autoras reflexionan desde

distintas ópticas y experiencias. El objetivo es poner encima de la mesa algunas de las premisas y debates fundamentales que vienen irrumpiendo con fuerza en la escena social a la luz de la creciente complejidad de nuestra época.

Como comprobaremos a continuación Joaquín García Roca -Universidad de Valencia-, uno de los pioneros en nuestro país de la praxis y del estudio de la solidaridad, analizará las raíces de un descubrimiento tardío, pero clave: la profunda relación entre la acción social y la comunicación que la sociedad de la complejidad, el riesgo y la incertidumbre han puesto de manifiesto.

Irene Comins Mingol y Vicent Martínez Guzmán, indagan sobre los lazos entre Cultura de Paz y Educación para el Desarrollo, exponiendo el trabajo que la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz de la Universitat Jaume I de Castellón, que ellos codirigen, viene realizando en los últimos años. Dibujan toda la trayectoria y nos llevan hasta el debate presente que se centra en la búsqueda de indicadores para medir la cultura de paz.

Rosa María Alfaro, histórica responsable desde los años ochenta de las sugerencias más útiles de la comunicación para el desarrollo desde América Latina, presenta las últimas aportaciones que la organización Calandria, que ella preside desde Lima, viene proponiendo en torno a la noción de *Ciudadanía comunicativa*. Noción desde la que se viene trabajando con resultados muy fructíferos en aquel continente.

Desde su experiencia como autora de la primera Estrategia de Educación para el Desarrollo de la cooperación española en la que se integra por primera vez también la dimensión comunicativa, Mari Luz Ortega Carpio -Universidad de Córdoba- nos describe sus líneas y desafíos.

Por último Joan Ferrés i Prat, profesor de la Universidad Pompeu Fabra de Cataluña, maestro, comunicador y educador, nos acerca a los debates más recientes en torno a qué significa comunicar y educar desde la hegemonía de la cultura audiovisual.

Hemos buscado cinco aportaciones claves -los fundamentos olvidados entre la acción social y la comunicación, los lazos entre la cultura de paz, el desarrollo y la educación, la revitalización de la comunicación social a través del concepto de ciudadanía comunicativa, la inserción institucional de

la comunicación en la educación para el desarrollo, y el nuevo escenario educativo que la cultura audiovisual nos coloca delante de nuestros ojos sin las que creemos que no es posible recrear unos modos distintos y actualizados de comunicar desde la educación cuando hablamos del Tercer Sector, de ONGD y de desarrollo.

Veamos ahora, en esta búsqueda de fundamentos, qué nos propone cada uno de estos autores y autoras.

Joaquín García Roca revisa uno de los grandes vacíos de la acción social (que tantas veces denunció por cierto Martín-Barbero), no comprender la naturaleza e importancia de la comunicación. Como señala el autor, si la comunicación nos sirve para entender la acción social es porque esta última pertenece al género de lo comunicativo. El desafío consiste en devolver el espesor social de la comunicación y, a la vez, reconocer la densidad comunicativa de lo social. El autor analiza en primer lugar los escenarios y lugares de encuentro entre la acción social y la comunicación: el retorno cultural del sujeto; el advenimiento de la interpretación; y la era de la diversidad. Después se centra en los préstamos y transiciones y nos recuerda que la acción social debe superar el paradigma hegemónico de la modernidad y su gran apoyo, la ingeniería social, que desde la «dictadura de los protocolos» presume de lo imposible, controlar lo social, y lo que consigue es diluir la creatividad y la comunicación. García Roca propone un giro epistemológico hacia un modelo social cuyos destinos representa en la «metáfora de la navegación y del naufragio», que se sustente en los principios de «indeterminación» (imprevisibilidad de los resultados esperados), «complejidad» (impide un control exhaustivo de la realidad) e «implicación» (vincula la intervención a los procesos comunicativos). Desde ahí la preocupación mayor del modelo social debe consistir en activar los dinamismos comunitarios. Nos recuerda que la acción social se despliega en forma de servicios, pero que éstos son peculiares, porque tienen una alta intensidad relacional y producen bienes relacionales. Por eso «la acción social tiene un estatuto comunicacional, mientras la prestación es un artefacto que se cosifica y a veces sustituye una relación». Entonces

«el desafío se centra en la necesidad de cultivar alternativas que desarrollen el modelo de la acción comunicativa, que combina un valor de uso y un significado humano; mientras el valor de uso puede ser reducido a una prestación, el significado humano sólo puede resolverse a través de la comunicación humana».

La comunicación, vista así, permite superar la colonización de la acción social por parte de la racionalidad económica, y recuperar recursos inmateriales y comunicativos –la gente, sus organizaciones, sus potencialidades–.

Esto sirve también a la hora de pensar las profesiones y las organizaciones sociales, en donde estaríamos pasando «de un modo de organización basado en la gestión, que prioriza el control y la eficacia, a un modelo caracterizado por la inmediatez, la comunicación, la subjetividad y la representación». Es una categoría novedosa y fundamental, la organización-red.

Irene Comins Mingol y Vicent Martínez Guzmán de la Cátedra UNESCO Filosofía para la Paz Universitat Jaume I de Castellón, nos relatan como el desarrollo aterriza en la investigación para hacer la paz a través de la cultura. Se trata de un análisis sintético y actualizado, que va desde la aparición del concepto de cultura de paz y su relación con el desarrollo (años 90), hasta los análisis críticos y alternativos, como los estudios de posdesarrollo, el ecofeminismo, los estudios postcoloniales y la teoría de las capacidades, la libertad y la justicia en su relación con el desarrollo (Sen). En su análisis destacan la trayectoria de una primera fase de investigación en la que las ONGD trabajan desde la idea de la «paz negativa», a un segundo momento –inspirado en Galtung–, centrado ya en la noción de «paz positiva» que, desde la idea de violencia estructural, «Hay pues una nueva cultura de paz, entendida ahora, como el trabajo positivo por la cooperación al desarrollo, la justicia y la satisfacción de las necesidades humanas básicas». Se va produciendo así un proceso de enriquecimiento y complejización de la idea de necesidades básicas, que van mucho más allá de las necesidades materiales, como la supervivencia o el bienestar, donde las necesidades culturales o espirituales. Existe así una violencia cultural que tiene que ver con la imposición de un modelo concreto de desarrollo. De aquí que el debate actual, según estos autores, se centre en encontrar indicadores que puedan medir la cultura de paz, con toda su complejidad, en los países del mundo.

Rosa María Alfaro, nos relata la experiencia de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación en Perú, a través del trabajo de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, que ella preside y que ha marcado la historia de la investigación y formación de comunicación en América Latina en las últimas décadas. La autora peruana indaga en las vinculaciones entre comunicación, ciudadanía y educación, mostrando los obstáculos que encuentran las personas para «construir ciudadanía» en países donde reina una desigualdad extrema. Aún así, el deseo de conocer y defenderse a partir de los derechos

humanos crece en todas las geografías y en Perú se viene materializando en los últimos años en experiencias como la creación de los «códigos éticos participativos», para incidir en la recomposición del escenario mediático del país, y en la Veeduría Ciudadana de la Comunicación.

El fundamento sobre el que se levantan estas iniciativas sociales parece sencillo, como nos dice la autora,

la ciudadanía no surge espontáneamente. No nace por sí misma como una cualidad humana inherente a cada sujeto. Se trata más bien de una conquista continua, aprendiendo a vivir armoniosamente en comunidades vivas, tanto familiares como amicales, políticas, culturales, sociales, laborales; y ubicadas en niveles locales, nacionales y globales.

El problema estriba en que todas esas experiencias, de enorme riqueza, no tienen un acompañamiento educativo, político,

(...) casi no existen lugares y espacios de aprendizajes al respecto. Incluso, las prácticas cotidianas ignoran la necesidad de convivir juntos con respeto. La agresión cotidiana es permanente.

El resultado de este vacío educativo es la desafección política, de hecho, lo ciudadanos y ciudadanas no suelen situarse como tales antes los medios de comunicación. Para remediar estos problemas Calandria se centró en la recuperación de la escucha –porque, como señala otro comunicador latinoamericano, Omar Rincón, «lo que nos toca es escuchar. Escuchar las hablas, los gritos, los desgarros, las alegrías, las imaginaciones, los deseos, las dignidades, que nuestros países comunican cada día en sus múltiples modos de expresión y comunicar»- y en la recuperación de los relatos de la gente. Desde ahí el trabajo de Calandria descubrió el poder aglutinador del lenguaje audiovisual

Es evidente que el lenguaje audiovisual nos une a muchos sectores de una sociedad, aunque sus relatos y medios sean diferentes, pero se comparten causando reacciones varias. De allí el éxito del relato audiovisual. Fue este camino el que también nos llevó a Internet.

Rosa María nos recuerda después la experiencia de las veedurías, que tantas referencias nos aportan, como una práctica ciudadana transformadora, desde el caso de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación, del «Parlamento

Mediático» y de la Red de Voluntarios de Comunicación, como ejemplos de que los ciudadanos y ciudadanas pueden pasar, desde la confluencia de la comunicación y la educación, de sentirse víctimas a ser protagonistas.

El artículo de M<sup>a</sup> Luz Ortega da cuenta de los avances en el reconocimiento del papel de la Educación para el Desarrollo (ED) en el marco normativo de la cooperación española. Consta el salto cualitativo desde la Ley de Cooperación, de 1998, que concibe la Educación para el Desarrollo como un «instrumento de la cooperación», hasta ser definida como «proceso educativo y transformador», en el 2009, dentro del III Plan Director de la Cooperación Española. El Plan Director, recoge un concepto de educación para el desarrollo de «quinta generación», definido como

un proceso educativo (formal, no formal e informal) constante, encaminado, a través de conocimientos, actitudes y valores, a promover una ciudadanía global generadora de una cultura de la solidaridad comprometida en la lucha contra la pobreza y la exclusión, así como con la promoción del desarrollo humano y sostenible.

Por último, el III Plan Director eleva la ED a la categoría de ámbito estratégico, equiparándola con los otros seis ámbitos estratégicos de la cooperación española.

En definitiva, por primera vez también en la historia de la cooperación oficial, se ha aprobado una Estrategia de Educación para el Desarrollo, que habla de la necesaria confluencia entre la Comunicación y la Educación para el Desarrollo, superando la división histórica entre estos dos campos.

Esta confluencia se hace hoy más necesaria que nunca, a juicio de Ortega, para trabajar la perspectiva del desarrollo como un derecho inalienable, no negociable que rompa el falso dilema entre cooperar o no en momentos de crisis. Dilema que no comparte la ciudadanía española puesto que en la última encuesta del CIS -Centro de Investigaciones Sociológicas- (2009), el 71% de las personas encuestadas se mostraron a favor de la cooperación con los países empobrecidos.

Cuando pensamos en la comunicación, en el ámbito formal o en el informal, Joan Ferrés, comienza constatando una evidencia: los profesionales de la educación muestran una gran sensibilidad hacia la revolución tecnológica -la incorporación de las nuevas herramientas de las que nos dotan las

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)-, pero son muy poco receptivos ante la revolución comunicativa –la revisión del estilo comunicativo-. Ese es uno de los grandes problemas a la hora de plantearnos qué significa *comunicar y educar desde la cultura audiovisual*, frente al que Ferrés nos propone una salida: recurrir a la revolución neurológica como aliada. Esta es la línea de trabajo que viene desplegando en los últimos años, la atención al componente emocional, a la revolución neurobiológica, al cerebro emocional, como aspecto clave para movernos en un nuevo entorno comunicativo que hace confluír la convergencia mediática, la cultura participativa y la inteligencia colectiva.

Ferrés bebe de las aportaciones de autores como Antonio Damasio, y nos recuerda que

En definitiva, el éxito social (y educativo) de una práctica comunicativa sólo se puede comprender como el resultado de la interacción entre una nueva tecnología y una pasión, entre una nueva herramienta y una emoción que impulsa a la persona a su utilización. Y, por descontado, en función del tipo de emoción que se active, la persona hará de ella un tipo de uso u otro.

Por eso cabe preguntarse si nuestros mensajes, de los profesionales de la comunicación o de las organizaciones sociales, son «potentes» o son «débiles», entendiendo que un mensaje sólo puede ser considerado potente «cuando en él se habla al interlocutor sobre él mismo. En otras palabras, cuando contiene algún estímulo emocionalmente competente para el interlocutor al que va dirigido».

Lo que nos remite, otra vez, a la capacidad de escuchar. O, dicho en palabras de Ferrés

La única manera de educar a una persona, de ayudarle a madurar, de llevarla más allá de sus límites. Es extrayendo la energía de su cerebro emocional, recurriendo a estímulos que sean emocionalmente competentes para esa persona.

Tal vez porque si esos estímulos son competentes para esa persona ya «no son nuestros» y abren así el paso a un proceso de comunicación.

La segunda parte de este libro, bajo el título genérico de *Comunicar desde la educación cuando hablamos del Tercer Sector, de ONGD y de desarrollo*, recoge

los trabajos de seis autores -Eloísa Nos Aldás, Javier Erro Sala, Teresa Burgui, Manuela Mesa Peinado, Monste Santolino y Carlos Ballesteros- que se interrogan sobre la posibilidad de ir construyendo un modelo de comunicación propio para las organizaciones de solidaridad y las Organizaciones No Gubernamentales para el desarrollo (ONGD) con las mimbres que en los últimos años se viene tejiendo alrededor de las reflexiones críticas y desde las sugerencias que relacionan la comunicación, la educación y la cultura. Abrigan la pretensión de contribuir a articular un cuerpo teórico y unos referentes prácticos que sean capaces de sustentar la construcción colectiva y gradual de una propuesta que sea capaz de ir dando forma a ese modelo específico de comunicación.

Eloísa Nos Aldás -Comunicación Audiovisual y Publicidad del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón- es una de las voces con mayor reconocimiento en el área del análisis de los discursos solidarios. A ella se debe uno de los aportes más fructíferos en este tema en los últimos años, la propuesta basada en la noción de eficacia cultural.

Javier Erro Sala -Profesor de Comunicación para el Desarrollo y Sociología de la Comunicación- viene trabajando en los últimos años la propuesta de interpretar el trabajo de comunicación de las ONGD como apuesta integral que debe leerse desde códigos de comunicación, educación y cultura.

Teresa Burgui -fundadora del Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía, creado en Pamplona, en 2006- viene trabajando en los últimos años en la revisión de las prácticas de comunicación en las ONGD. Vocal de Redes y Movimientos Sociales de la Junta Directiva de la Coordinadora de ONGD de Navarra y representante de la Coordinadora Navarra en el Grupo de Trabajo de Coordinadoras de la Coordinadora Estatal de ONGD.

Manuela Mesa Peinado -Centro de Educación e Investigación para la Paz (CEIPAZ), de la Fundación Cultura de Paz- y Presidenta de la Asociación Española de Investigación para la Paz (AIPAZ)- representa una de las voces más autorizadas en nuestro país sobre Educación para el Desarrollo. Tiene también aportes muy destacados en la investigación en torno al papel de la sociedad civil en la construcción de la paz y la educación para el desarrollo como práctica transformadora.

Monste Santolino -Federació Catalana d'ONGD-FCONGD y profesora en la UAB-, cuenta con una amplia experiencia como formadora en educación y comunicación para el desarrollo. Cabeza del blog Cicomunica, especializado en el análisis del discurso y las prácticas comunicativas de los medios y las ONG.

Carlos Ballesteros -Universidad Pontificia Comillas de Madrid, activista de distintas organizaciones sociales y ONG-, es un consumado investigador especialista en el análisis de la ética en el consumo, el marketing social, la economía social y las formas de consumo de solidaridad.

Comenzando ya con las propuestas de estos autores y autoras, Eloísa Nos Aldás nos presenta un proyecto de reflexión conjunta que parte de la complejidad y relevancia de la Educación al Desarrollo como «estatuto» y trabajo a largo plazo que da sentido al resto de objetivos de las ONG. Nos coloca así frente a la necesidad un debate político socio-cultural coordinado, que se centre en las capacidades y posibilidades de las ONG de Desarrollo (ONGD) como actores de la sociedad civil, que recupere el sustrato profundo de los principios de los Códigos de Conducta españoles y europeos, y que adopte un lenguaje «radical», es decir, exigiendo una responsabilidad educativa, y hablando de vocación política, de justicia y de una transformación socio-económica y cultural «que subvierta las dinámicas de explotación y negación de ciertos colectivos y cosmovisiones en el orden global actual».

La autora identifica como principal reto de la perspectiva publicitaria por la que parece haber optado la cooperación internacional «encontrar la forma de combinar eficazmente los diferentes objetivos del Tercer Sector con una retórica eficaz culturalmente apoyada en la evolución de sus Códigos de Conducta (a priori, espacio de debate y de consenso)».

Porque lo que se habría abandonado serían las preocupaciones políticas, el marco colectivo, para centrarse en las causas privadas e institucionales. En su opinión no se ha producido entonces un cambio hacia un estilo de comunicación educativo.

Frente a la inercia de la privatización, propone el paso a un trabajo global comunicativo.

Ese es el gran reto: reconducir estos discursos hacia una información comunicativa (Alfaro, 2005: 71), activadora, ilusionadora, que recupere la concepción de compartir espacios públicos, de mejorar la situación entre todos y todas desde nuestras diferentes posiciones, con criterios de ciudadanía intercultural y global, y desde posturas políticas comunes más allá de las partidistas. Compartir un proyecto comunicativo que interpele las mentiras y medias verdades que imperan en los escenarios de comunicación actuales y que ocultan las numerosas alternativas posibles y reales que también son (o pueden ser) parte de nuestras realidades.

Javier Erro Sala resume en este texto la hipótesis desde la que viene trabajando en sus escritos anteriores, la existencia de una *mirada* y un *lugar* vinculados a la educación y la cultura a la hora de mirar la comunicación que se hace desde la solidaridad y desde las ONGD, y la articula en tres movimientos: el paso de la idea de comunicación a la de *lo comunicativo*; el paso de la idea de educación a *lo educativo*; y el paso de la idea tradicional de cultura a *lo cultural*. A partir de ahí, y desde la noción de eficacia cultural que presenta Nos Aldás, propone un esquema de trabajo que denomina *modelo de apertura a las mediaciones e hipermediaciones* que considera capaz de integrar los análisis de comunicación sectoriales y marcar sendas para enfrentar los desafíos de la cultura digital. Ya que en su opinión:

abre la puerta a la posibilidad de satisfacer la demanda de interactividad y participación social, redescubriendo esa capacidad latente dentro del trabajo y del interior de las propias ONGD, aunque encarnar esas posibilidades requiera transformaciones estructurales profundas.

El trabajo de Teresa Burgui es un primer intento de aproximación a los cambios que la nueva cultura digital introduce en el trabajo de las ONGD. En particular porque la cultura digital ha traído consigo el paso de una educación encerrada en la escuela, a una *sociedad educadora*. Un nuevo escenario donde todas las instituciones sociales, incluidas las ONGD, pasan a ser educadoras. Es momento de que la escuela, las entidades sociales, los medios de comunicación revisen su papel y sus prácticas. Se constata el surgimiento de un *nuevo ecosistema comunicativo* y la necesidad de atender otro tipo de demandas, en particular una *nueva exigencia cognitiva y comunicacional*, especialmente entre los jóvenes. Surge a la luz de la nueva cultura digital una exigencia social que algunos autores definen como interactividad

y que pasa por reclamar no sólo la participación, sino la *co-creación*. La nueva cultura digital implica un nuevo paradigma de comunicación, donde cambia la noción de mensaje, que pasa a ser proceso y no producto final, la noción de autor, que se convierte en un *arquitecto, constructor de espacios visuales y sonoros* en el interior de los cuales irá a pasear el espectador, convertido ahora en *co-creador*, en diálogo permanente con el mensaje, con capacidad para decidir sus propios itinerarios. Esta *nueva cultura*, entendida como algo más que dispositivos tecnológicos, contiene una predisposición democrática y aumenta la libertad y poder de la ciudadanía.

La autora plantea que esta nueva cultura digital no nos deja elección. Introduce, algunas veces a nuestro pesar, cambios como el fin de las verdades cerradas, la dificultad para ejercer un control férreo sobre los productos y los procesos, el gusto por recuperar el proceso. Desde esta cultura que es *esencialmente dialógica*, se pregunta si como *entidades sociales esencialmente dialógicas*, las ONGD pueden comenzar a definir un modelo nuevo y propio de comunicación.

Manuela Mesa estudia el papel que le corresponde jugar a la comunicación en un mundo globalizado donde progresivamente se va configurando una sociedad civil global. En ese nuevo escenario se produce un reparto de funciones entre las Organizaciones no Gubernamentales de Desarrollo (ONGD) del Sur, que se orientan a la movilización y el empoderamiento de los sectores más necesitados, y las ONGD del Norte que se centrarían en campañas de presión política para cambiar el patrón de desarrollo. Esta aportación de Mesa justifica la necesidad de repensar entonces el «nuevo» papel de las ONGD como organizaciones «*esencialmente educadoras*». Es decir, que se verían empujadas a reencontrarse con lo educativo. Y lo deberán hacer además de una forma distinta, porque

Se trata de que las personas puedan participar de las diversas comunidades territoriales y políticas que les afectan –local, nacional y supranacional–, por consiguiente, acceder a una variedad de formas de intervención política y de ámbitos de ejercicio de ciudadanía.

La construcción colectiva de conocimiento y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) tienen aquí un papel destacado y plantean nuevos retos a las ONGD.

Por una parte como desafiar el imaginario colectivo occidental, aportando otros enfoques y otras formas de abordar la realidad. Esto implica contar con una estrategia comunicativa por parte de las ONGD para difundir nuevos mensajes y discursos. Al mismo tiempo, desde el ámbito de la educación para el desarrollo sería preciso, por una parte promover la adquisición de capacidades para descodificar imágenes y mensajes distorsionados sobre el Sur. Y por otra formar en habilidades comunicativas, para difundir imágenes y mensajes sobre los principales problemas que afectan al Sur, generando nuevos discursos que sean un factor de cohesión de los movimientos sociales y promoviendo valores de justicia, solidaridad, y de compromiso.

El sugerente título de Montse Santolino nos permite conocer en el primer golpe de vista su propuesta, que es clara: «Recuperando la esencia: las ONGD como agentes de comunicación para el cambio social». Como señala Santolino, los temas de hoy son viejos temas. Hace 20 años la desigualdad del sistema internacional de medios, la imagen del Sur y el papel informativo de las ONGD, ya estaban sobre la mesa. La autora nos plantea qué avances o retrocesos se han dado desde el informe MacBride, que proponía el Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación, hasta la irrupción de la cultura digital y la Web 2.0 pasando por el surgimiento de los códigos de conducta desde el propio sector de ONGD, el desembarco desde la empresa del marketing, la incorporación de profesionales de la comunicación al sector...

El modelo comunicativo dominante en el sector ha sido mediocéntrico, unidireccional e instrumental, supeditado a la captación de fondos y donde la comunicación interna resultaba subsidiaria o se ignoraba. Un modelo de «discursos planos y blancos», para todos los públicos, que ha simplificado o limitado los mensajes de carácter político, e invisibilizado buena parte de las causas, pero también muchos procesos en marcha en el Sur. Este modelo no ha sido inocuo y ha tenido efectos culturales perversos. Por un lado voces del Sur piden desde hace años a las organizaciones del Norte que cambien radicalmente su política de comunicación y eliminen la «pornografía de la pobreza» de la publicidad. Por otro, la falta de sinceridad comunicativa que ocultó los debates y las diferencias, la despolitización del sector, y la invisibilización del trabajo educativo y cultural han pasado también factura. En plena globalización, las ONGD, puros agentes interculturales, los previsiblemente mejor preparados para la lectura global de la realidad y para la mediación, han renunciado a este papel al proyectarse exclusivamente como portadores de ayuda y desarrollo.

Pero, lejos de caer en el escepticismo, Santolino nos ofrece claves interesantes para un cambio de rumbo, en un nuevo escenario caracterizado por la crisis de los medios masivos o el nuevo protagonismo del Sur en la escena política internacional donde proponen nuevos paradigmas de desarrollo (buen vivir, soberanía alimentaria, ecofeminismo etc.) que cuestionan desde la raíz los discursos y mensajes sobre el Sur que se lanzan desde el Norte.

Su propuesta es clara: las ONGD, obligadas según sus códigos éticos a ser agentes de cambio social, tendrían que reinventarse como agentes de comunicación para el cambio social. Para ello tienen que releer en clave educativa sus códigos éticos, y darle una dimensión más conscientemente comunicativa a su trabajo educativo. Reorientando las estrategias comunicativas hacia la eficacia cultural, reapropiándose de los discursos, los mensajes y las ideas que circulan sobre la cooperación para el desarrollo en el espacio público, les urge disponer de nuevas narrativas, y éstas deben atender de manera prioritaria a la reconstrucción del imaginario sobre el Sur, contando con los actores del Sur. Enfrentando conjuntamente los retos de la transparencia y la participación pensando en ONG-redes, pero no sólo en y para la red.

Quando se aspira a una educación encaminada a formar sujetos autónomos, críticos y creativos y ciudadanos participantes en la construcción de una sociedad democrática, se privilegiará una comunicación-diálogo, entendida como intercambio e interacción, como relación comunitaria y solidaria; una comunicación, en fin, que en lugar de entronizar locutores potencie interlocutores (Kaplún, 220).

Carlos Ballesteros, una de las primeras personas en este país que abordó la incursión de las ONGD en el mundo del marketing, importado desde la empresa, hace un recorrido y reflexión crítica por los últimos diez años del sector de la cooperación y la solidaridad y sus organizaciones, años caracterizados por la tensión permanente entre la visión ideológica y la mercantil. Trata de aportar algunas propuestas de cambio que ayuden a convertir el «consumo de solidaridad» en un instrumento más de la educación para el desarrollo.

Lo primero que nos plantea son «los muchos tipos de solidaridad que existen» y recoge las distintas formas de entender este concepto, así como los diversos patrones y modos de ejercerla. La terminología es diversa, solidaridad como espectáculo, como encuentro, como cooperación, solidaridad

convulsiva, de sillón, militante, indolora... Analiza qué ha pasado en estos diez años y claves para interpretar estos cambios: aumento del voluntariado, disminución de la participación de los jóvenes, cambios en las motivaciones y el «estilo» de pertenencia o tipo de compromiso asociativo... y sus consecuencias: debilitamiento de las estructuras de participación, movilización y militancia a favor de la eficacia, la eficiencia y la presencia mediática, y, por consiguiente, la transición de militantes a socios y de éstos a donantes.

Da cuenta de una tendencia hacia una solidaridad cómoda y fácil, «entendida como aquellas nuevas formas que esta sociedad inventa para tratar de transformar realidades injustas sin esfuerzo». Estas «nuevas formas de solidaridad», si es que se pueden llamar así, han estado fuertemente relacionadas con el trabajo de comunicación y de la publicidad de las ONGD. Estas prácticas han contribuido a potenciar el «consumo de solidaridad» y han sido, según el autor, contraproducentes incluso para el receptor de la ayuda. Resultado: instituciones que no educan y que favorecen una imagen de los problemas tanto alejada de nuestra realidad cotidiana. «Constituye un engaño, haciéndonos creer que vivimos en sociedades solidarias cuando lo que fomenta es la cultura de la insolidaridad», afirma, en línea con la postura de Díaz-Salazar.

En su intento por recuperar la credibilidad, las ONGD ensayan en los últimos años nuevas fórmulas: el “face to face”, mejoran las memorias como herramientas de transparencia, utilizan cada vez más las redes sociales en el web 2.0., aumentan la presencia en la calle en acciones de sensibilización y denuncia... Pero el reto sigue pendiente: dotarse de un modelo de verdadera comunicación para el desarrollo.

Las organizaciones deberían cambiar su criterio y reenfocarse hacia una verdadera comunicación para el desarrollo si quieren cumplir sus objetivos de obtención de fondos, y base social amplia y comprometida, y trabajar al mismo tiempo la sensibilización, la educación y la toma de conciencia sobre los problemas y sus soluciones, y aumentar la participación de la ciudadanía en los procesos de cooperación, más allá de la aportación a una cuenta bancaria,

nos propone Ballesteros.

Hasta aquí las propuestas, para finalizar esta introducción queremos señalar que este texto está concebido como un esfuerzo experimental, una primera reflexión previa a lo que nos parece debiera ser la sistematización de las experiencias y sugerencias surgidas en los últimos años en torno a la comunicación y la solidaridad. Lo entendemos como punto de partida, de articulación y reordenamiento de un debate necesario. Entregamos por tanto, un texto abierto, vivo, sin conclusiones preestablecidas. Queremos que cada lector y lectora, cada movimiento y organización social vinculados a la solidaridad lo use, lo reinterprete, aporte todo aquello que se le ocurra y piense que puede sernos útil al resto. Se trata pues de un primer paso para ir construyendo entre todos y todas otra forma de comunicarnos que nos distinga como organizaciones solidarias.

Por último queremos agradecer muy especialmente a Joaquín García Roca, Irene Comins Mingol, Vicent Martínez Guzmán, Rosa María Alfaro, Mari Luz Ortega Carpio y Joan Ferrés i Prat, su constante apoyo y sus valiosas aportaciones, que vienen a alimentar los fundamentos de una aventura reflexiva que no ha hecho más que comenzar y cuyo despegue hubiera resultado imposible sin su colaboración. Y también a nuestros compañeros de proyecto comunicativo Eloísa Nos Aldás, Montse Santolino, Manuela Mesa y Carlos Ballesteros, y al resto de amigos y profesionales que nos han acompañado en estos últimos años en este proceso: Bernabé, Caum, García Matilla, Guimaraes, Giró, Jerez, López Rey, López Rodrigo, Herraz, Marí, Martell, Martínez Gómez, Obach, Ortega, Pagola, Romero, Retis, Rincón, Sampedro, Sánchez de la Yncera... que desde la universidad y las organizaciones sociales nos acompañan en este quehacer de redescubrir la comunicación social.

Teresa Burgui y Javier Erro