

Este libro colectivo surge como resultado del debate abierto en los últimos años entre investigadores, ONGD y profesionales de la comunicación y de la educación en torno a la comunicación para el desarrollo y la solidaridad. El modelo de comunicación en el ámbito de la solidaridad —plasmado, sobre todo, por las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD)— está en constante revisión debido a los numerosos errores que se han cometido en el pasado y a sus consecuencias culturales. De hecho, estas organizaciones deben parte de su protagonismo social a los medios, lo que ha tenido, desde finales de la década de los 80, sus consecuencias negativas: las ONGD se han insertado en un modelo de solidaridad mediática que huye de procesos educativos y que persigue más el impacto de la imagen. Esta solidaridad mediática ha generado un debate interno en unas organizaciones que se ven atrapadas entre dos tipos de racionalidad: alcanzar un puesto en el mercado de la solidaridad o transformar la realidad existente.

En este contexto, *Comunicando para la solidaridad y la cooperación* trata de “generar propuestas, desde el análisis y el debate, que contribuyan a entender y propiciar nuevos espacios de comunicación” para los movimientos sociales actuales, en palabras de sus editores (Javier Erro y Teresa Burgui). Existe una extensa bibliografía en este campo, por lo que la lectura del libro plantea algunas preguntas en torno a qué aporta, qué tiene de novedoso o qué propuestas genera. Para empezar, sus autores advierten que se trata de un “texto abierto, vivo, sin conclusiones preestablecidas” y que cada persona u organización puede interpretarlo de una manera diferente. Este planteamiento tiene sus riesgos, pero también resulta más verosímil, en cuanto que no recurre a una fórmula magistral que soluciona todos los problemas comunicativos en el ámbito de la solidaridad. Todo lo contrario: crea un marco contextual donde fluyen diversas líneas de investigación que dialogan entre sí y que, desde sus campos de actuación, ofrecen distintos puntos de vista para que cada lector y lectora extraiga sus propias conclusiones y aprendizajes. No en vano, aunque la obra se centra en la comunicación para el desarrollo, es una reflexión muy aplicable a la comunicación en general.

El libro está dividido en dos partes. En la primera de estas, dedicada a revisar las bases epistemológicas para educar en una cultura de solidaridad, Joaquín García Roca, de la Universidad de Valencia, incide en la relación entre la acción social y la comunicación, como dos conceptos que “se mezclan e inter-afectan inevitablemente”. A continuación, Vicent Martínez Guzmán e Irene Comins, de la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz de la Universitat Jaume I de Castellón, avanza en la idea de la interacción entre educación para el desarrollo y su correlación con la cultura de paz. Rosa María Alfaro, desde la Asociación de Comunicadores Sociales de Calandria, aborda en el tercer capítulo el concepto de ciudadanía desde un enfoque comunicativo enraizado en su experiencia en países empobrecidos. En este sentido explica las dificultades de las personas para convertirse en verdaderos ciudadanos y la relación con los medios de comunicación y la educación. Por su parte, María Luz Ortega Carpio, de la Universidad de Córdoba, se centra en el siguiente capítulo en el concepto de desarrollo desde la comunicación y la educación. En consonancia con las corrientes de pensamiento que se dan cita en este libro, se huye del concepto de desarrollo vinculado exclusivamente al crecimiento económico y se centra en la idea de desarrollo humano. Asimismo expone un concepto de vital importancia en este contexto, como es el de ciudadanía global, es decir, una ciudadanía “generadora de una cultura de la solidaridad comprometida en la lucha contra la pobreza y la exclusión y la promoción del desarrollo humano y sostenible”. Por último, Joan Ferrés i Prats, de la Universidad Pompeu

Fabra de Barcelona, se centra más en la cultura audiovisual y en las nuevas tecnologías como herramientas para comunicar y educar.

En la segunda parte se aborda la cuestión de fondo de la obra: la posibilidad de construir un modelo de comunicación propio para las organizaciones solidarias y las ONGD que huya de una comunicación basada, como comentábamos al inicio, en el marketing y la eficacia económica, lo que ha generado un escaso conocimiento de la sociedad occidental de las realidades del Sur y de la cooperación internacional para el desarrollo. El libro recoge aquí el trabajo de seis autores, agrupados bajo el concepto de comunicación desde la educación para el desarrollo y las ONGD: Eloísa Nos Aldás, de la Universidad Jaume I de Castellón; Javier Erro Sala, de la Universidad Pública de Navarra; Teresa Burgui, periodista y experta en comunicación y movimientos sociales de Navarra; Manuela Mesa, directora de CEIPAZ, Madrid; Montse Santolino Prieto, periodista y responsable de comunicación de la Federació Catalana d'ONGD; y Carlos Ballesteros, de la Universidad Pontificia de Comillas.

Como se puede apreciar, las aportaciones vienen desde muy distintas líneas de investigación que, pese a sus particularidades, confluyen en torno a la construcción de un nuevo concepto de comunicación para la solidaridad. Estos autores coinciden en la necesidad de un cambio en el modelo comunicativo de las ONGD para que estas asuman su papel de educadoras y no solo centren sus mensajes en la obtención de fondos o en la victimización de los países empobrecidos. Este hilo argumental se expresa a través de varios conceptos, como el de eficacia cultural que plantea Nos Aldás, entendida como la planificación, desarrollo y evaluación de cualquier acción comunicativa para que ésta se traduzca en compromisos y resultados educativos y transformativos estables. En este sentido, como recoge Javier Erro, las ONGD no pueden adoptar las fórmulas de la comunicación institucional al uso y necesitan un modelo de comunicación propio que esté en permanente estado de construcción colectiva.

En la misma línea se expresa Teresa Burgui, aunque hace hincapié en una necesidad de definir un nuevo modelo comunicativo por los cambios que la nueva era digital introduce en el trabajo de las ONGD. Estas instituciones deberían asumir ahora, en palabras de la autora, un rol de educadores. De este papel de las ONGD como educadores y de la importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) habla también Manuela Mesa, quien incide en los retos que afrontan estas instituciones: educar en habilidades comunicativas y en la adquisición de capacidades para decodificar mensajes sobre lo que ocurre en los países empobrecidos.

En los dos últimos capítulos: Santolino Prieto insiste en la necesidad de que las ONGD renuncien al rol de portadores de ayuda y desarrollo a los países del Sur, asuman nuevos retos y se reinventen como agentes de cambio social, lo que exige un cambio de modelo comunicativo para pasar del modelo mediático actual en el que se reflejan. Y por último, Carlos Ballesteros explica los diversos conceptos de solidaridad existentes vinculados al trabajo de las ONGD en el ámbito comunicativo y promueve nuevas fórmulas de comunicación para sensibilizar y educar y no solo para la captación de fondos, por citar un ejemplo.

Como vemos, todos los autores trabajan sobre la idea de un modelo de comunicación propio para las ONGD y la solidaridad que se aleje de la comunicación que ha imperado hasta el momento. No solo visualizan los errores que se cometen, sino que van más allá y proponen, sin la necesidad de imponer, una nueva forma de trabajar la comunicación para la solidaridad y el desarrollo. Sin duda se trata de una perfecta herramienta para todos los implicados en este campo de trabajo.

Bruno CIURANA  
Diciembre 2011