

## LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO. ANÁLISIS DE CASO: FUNDACIÓN ACLO, EDUCACIÓN A DISTANCIA POR RADIO EN BOLIVIA

Alicia de Lara González<sup>1</sup>  
Fernando Olabe Sánchez<sup>2</sup>

### Resumen

El presente artículo aborda las principales cuestiones que rodean al concepto de comunicación para el desarrollo a través de una revisión bibliográfica sobre el término: orígenes, objetivos, cómo desarrollan este tipo de comunicación las ONG enfocadas al desarrollo y ejemplos. En segundo lugar, se analiza en profundidad un caso: el proyecto llevado a cabo por la Fundación ACLO de educación a través de la radio en las zonas más desfavorecidas del sur de Bolivia. La metodología utilizada se fundamenta en un análisis bibliográfico que completa los apartados teóricos y en tres entrevistas, tanto al director de la Fundación ACLO, como a las coordinadoras de la ONG Entreculturas de Madrid y de la Comunidad Valenciana, organizaciones responsables de llevar a buen término el proyecto. Entre los objetivos concretos logrados por la iniciativa destacan: un mayor reconocimiento del papel de la mujer respecto al hombre y la capacidad de los ciudadanos adultos de sentirse útiles al poder participar en la educación de su descendencia.

### Palabras clave

Comunicación, desarrollo, radio, derechos humanos

### Abstract

This article discusses the main issues surrounding the concept of development communication through a literature review on the term: origins, objectives, how to develop this type of communication the communication departments of NGOs and examples. Second, we analyze in depth a case: the project carried out by the Foundation ACLO education through the radio in the most disadvantaged areas of southern Bolivia. The methodology is based on a literature review to supplement the theoretical sections and three interviews: the director of the Foundation ACLO and both the coordinators of the NGO Entreculturas Madrid and Valencia, organizations responsible for the successful completion of the project. The specific objectives achieved by the initiative include: a greater recognition of the role of women relative to men and the ability of adult citizens to feel useful to be able to participate in the education of their offspring.

### Keywords

Communication, development, radio, human rights

## 1. Introducción

El proceso de comunicación para el desarrollo es entendido como una forma de comunicación planificada y dirigida a un público objetivo concreto, centrada en fomentar el desarrollo y que persigue fortalecer el cambio social, para que los individuos puedan conocer cuáles son sus derechos y puedan reivindicarlos. Se trata de un proceso de comunicación necesariamente participativo y horizontal, en el que lo que se pretende es que participe en él cuanta más gente mejor. De hecho, se tiene preferencia por la participación de aquellas personas que usualmente quedan excluidas de los procesos sociales. Este es, sin duda, uno de sus objetivos principales: dar voz a aquellas personas que no la tienen (Brunet, 2011, p. 54).

En la actualidad, el concepto de comunicación para el desarrollo ha evolucionado y tiene como meta conseguir un cambio social tanto en el norte (despertar conciencias) como en el sur (cambiar realidades). Según Deianira Hernández, responsable de comunicación para el desarrollo de la Fundación Entreculturas, este tipo de intercambio social se compone de tres fases fundamentales:

- Fomentar la sensibilización: concienciar a la población sobre una problemática determinada, que suele estar ligada con el desarrollo y la erradicación de las injusticias.
- Movilización: una vez la población objetivo está sensibilizada con el asunto, lo que se pretende es que esas personas “salgan a la calle” y tomen la iniciativa, que reivindiquen sus propios derechos y los de otros seres humanos.
- Transformar: revertir la situación de injusticia a través del propio proceso comunicativo.

La utilización de los medios de comunicación como herramientas para concienciar se basa principalmente en la capacidad pedagógica de los mismos y en su servicio a la sociedad en la que se desarrollan y de la que se nutren.

Se pretende que las personas, fundamentalmente los grupos marginados tanto política, cultural como económicamente, decidan quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo, y en su empeño de tratar de lograrlo -en un contexto donde se les facilite la elección de opciones y oportunidades- mejoren su calidad de vida guiados

por los principios de tolerancia, autodeterminación, equidad, justicia social y participación. (Camacho, 2003, p. 6).

Nos hemos centrado en el análisis del caso de comunicación para el desarrollo de la Fundación ACLO en Bolivia porque consideramos que se trata de un magnífico ejemplo de este tipo de proceso de carácter eminentemente social. El proyecto ha convertido a la radio en un maestro capaz de llegar a aquellos lugares más desfavorecidos, en los que la educación ha pasado a un tercer plano en pos del trabajo diario, para colocar el conocimiento y la importancia del ser humano en el lugar que le corresponde. La radio es aún la herramienta comunicativa dominante para alcanzar comunidades pobres, lo que se debe fundamentalmente a los costos y la accesibilidad (Milán, 2006, p. 271).

Se trata de un proyecto que culmina en este mismo año y que lleva en marcha desde 2004. Al tratarse de una iniciativa concluida podemos analizar tanto su puesta en marcha, como su desarrollo y frutos logrados, entre los que destacan haber conseguido que la mujer adquiriera una posición más justa respecto al hombre y la capacidad de los ciudadanos de sentirse útiles al poder participar en la educación de su descendencia. En definitiva, el proyecto de educación para mayores a través de la radio pretende, según palabras de su director, Mario Huayta, “que los individuos puedan ser protagonistas de su propio cambio”.

## **2. Estado de la cuestión**

La comunicación para el desarrollo promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más aislados y con menos recursos. El experto en el concepto, Gumucio Dragon (2003), apunta cinco características indispensables que han de estar presentes en cualquier proceso de comunicación para el cambio social:

a) En primer lugar, el compromiso y la integración de los actores implicados. En este punto subraya la necesaria ausencia de intereses personales y manipulaciones, en definitiva, una colaboración democrática. Ha de contar con la integración de los sectores directamente involucrados en el proceso y promover “una comunicación que haga

efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más pobres y aislados (Gumucio, 2011, p. 28).

b) En segundo lugar, el autor subraya la necesidad de que el proceso de comunicación tenga en cuenta las particularidades de cada cultura y de cada lengua. Otros investigadores hacen hincapié en esta misma cuestión: “Muchos proyectos fracasan porque se realizan lejos de la realidad, sin tener en cuenta las necesidades y el sentir de las personas involucradas” (Bruno, 2006, p.18).

c) El tercer eje alude a la localización, es decir, a la generación de interacciones y contenidos de carácter próximo y local. Un tipo de participación en condiciones equitativas y la generación de contenidos e iniciativas propias.

d) El cuarto punto hace alusión al uso de tecnología apropiada. Como veremos más adelante en el estudio del caso particular, en las zonas más desfavorecidas del sur de Bolivia la radio es el único medio de comunicación posible. Es la única ventana al mundo con la que cuentan estas sociedades. En este sentido, Gumucio Dragón subraya la necesidad de que el plan tenga en cuenta los requerimientos tecnológicos reales, de acuerdo a las posibilidades existentes: “Innumerables proyectos han fracasado porque fueron dotados de tecnología que no podían amortizar, ni renovar, ni controlar. La mistificación de la tecnología sobre la capacidad humana lleva distorsiones. La comunicación para el cambio social promueve los procesos, no los instrumentos” (Gumucio, 2011, p. 38).

e) Por último, el experto señala la necesidad de tener en cuenta y analizar otras experiencias similares, ya sea a escala local, regional o global, y las posibilidades de expansión y crecimiento de los proyectos y de conectar redes con otras sociedades que también pueden verse favorecidas con la iniciativa.

Cecilia Villaroel, coordinadora de Entreculturas en la Comunidad Valenciana, ve los medios como “herramientas educativas para conseguir que los países se desarrollen”. Y añade: “Es una manera de hacer llegar un mensaje para que la gente se movilice. Cuando las personas conocen sus derechos, se convierten en individuos que ya no van a permitir que pisoteen su dignidad”. La coordinadora explica que en la actualidad se ha superado el concepto inicial que se tenía del término comunicación y desarrollo y que ahora cuenta con una acepción mucho más global que tiene como objetivo conseguir el cambio social.

## **2.1. Orígenes del término**

No es posible hablar de comunicación para el desarrollo sin mencionar a la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), que desde los años 70 ha promovido este tipo de comunicación “como un instrumento sin el cual no puede esperarse desarrollo sostenible” (Gumucio, 2003, p. 9). Otras agencias internacionales, como es el caso de UNICEF, han contribuido de forma muy notable a la expansión del concepto a través de informes y campañas de movilización social. En esta misma línea, la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) se centra actualmente en tres ejes fundamentales: “La promoción de la libertad de expresión y el pluralismo mediático, el desarrollo de los recursos humanos y el desarrollo de los medios comunitarios” (Milán, 2006, p. 273).

En 1964 Wilbur Schramm estableció tres pautas necesarias en todo proceso que tenga como objetivo el desarrollo: establecer un plan de acción que tenga en cuenta las acciones, logros y limitaciones del esfuerzo pro desarrollo; estar integrado en los procesos de toma de decisiones sobre asuntos de interés colectivo y aprender las destrezas que el propio desarrollo demanda (Schramm, 1964).

En su trabajo sobre comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, Ramiro Beltrán expone que la “comunicación de apoyo al desarrollo es el uso de los medios de comunicación – masivos, interpersonales o mixtos – como factor instrumental para el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en pos del desarrollo económico y social (Beltrán, 2005). Y añade: “Es la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material”(Beltrán, 2005).

## **2.2. La realidad de las organizaciones de comunicación para el desarrollo y su relación con los medios: el departamento de comunicación de Entreculturas**

Para esta Fundación existen cuatro puntos imprescindibles en todo proceso de comunicación para el desarrollo:

1. Creer en la paz, en la justicia y en el cambio social.

2. Informar de la realidad -de la verdad- para denunciar lo que falla.
3. Aportar claves, no quedarse en el mero detalle. Lo que se intenta es siempre proponer alternativas para que las cosas cambien.
4. Velar por el derecho a la comunicación y a la información de todas las personas.

Destacan en este tipo de procesos tres desafíos fundamentales. En primer lugar juega un papel fundamental la dotación de recursos humanos. Se necesitan personas que tengan tiempo para sacar a la luz testimonios de contrapartes<sup>3</sup> locales. Personas acostumbradas a estar en contacto con las nuevas fórmulas de comunicación.

El segundo desafío al que se enfrentan los departamentos de comunicación de las organizaciones pro desarrollo es la tensión existente entre la capacidad de informar y la de publicitar. Como explica Deianira Hernández, “no es del todo cierto el concepto instalado de que los departamentos de comunicación de las organizaciones solo se dediquen a vender la imagen de la organización. También hay una fuerte apuesta por establecer una escala de valores acorde con un desarrollo justo e igualitario”. Como explica Gumucio, la comunicación se ha concebido como algo ajeno a los programas de desarrollo y en aquellos procesos en los que sí se ha tenido en cuenta, se ha hecho como una forma de propaganda, en lugar de como un instrumento para el cambio. “En muy pocos casos la comunicación ha sido un instrumento de diálogo y un elemento facilitador en el proceso de participación ciudadana, una garantía para un desarrollo humano sostenible, cultural y tecnológicamente apropiado” (Gumucio, 2003, p. 4). Sin embargo actualmente sí existen, como veremos en próximos epígrafes, diferentes ejemplos de proyectos de comunicación social que se han servido de la comunicación como una importante herramienta de trabajo.

Y el último condicionante hace referencia al tiempo y a la inminente actualidad a la que están ligados los medios de comunicación. La relación entre los departamentos de comunicación de las organizaciones y los medios se torna compleja debido sobre todo al ritmo de trabajo al que están supeditados los medios, un ritmo que no siempre pueden seguir los departamentos de las ONH debido, en parte, a la falta de recursos ya comentada. La capacidad de disponer de tecnología apropiada que agilice los procesos comunicativos condiciona el hecho de que los medios publiquen determinadas informaciones. Estas carencias se deben suplir, a juicio de Hernández, con una gran



coordinación entre el equipo. Así mismo, la coordinadora subraya la necesidad de priorizar las tareas y por supuesto, la necesidad de contar con personal voluntario.

La comunicación que realizan las organizaciones no gubernamentales es, por lo tanto, especial, ya que cuenta con un público muy diversificado y en el que se desarrollan un abanico de objetivos: obtener difusión en los medios de comunicación, captación de voluntariado, comunicación de las acciones llevadas a cabo por la organización, elaboración y difusión de informes, etc. Todo ello respetando en todo momento la esencia social y ética que les caracteriza. En concreto, en el caso de Entreculturas, entienden la comunicación como un derecho, como una herramienta y como un deber, tal y como expone su responsable Deianira Hernández:

Practicamos una comunicación basada en todos estos puntos: igualdad de género, incidir en el derecho de todas las personas a ofrecer y recibir información, contar con fuentes fiables y seguras, personas que trabajan sobre el terreno; utilización de un tono esperanzador; capacidad de movilización; el respeto a la dignidad de todas las personas (con especial cuidado en las imágenes que se publican) y en definitiva, crear una proximidad con nuestros socios<sup>4</sup>.

### **2.3. Ejemplos de comunicación para el desarrollo**

El tipo de comunicación social que aquí se estudia no tiene por qué estar centrada necesariamente en procesos que utilicen la radio o cualquier otro medio. Es decir, la comunicación para el desarrollo puede formar parte de otros planes de desarrollo que persigan objetivos ligados, por ejemplo, al progreso rural o tecnológico. De tal manera que la comunicación en sí no sería tanto el fin, sino más bien uno de los métodos.

#### **2.3.1. Telecentros para el desarrollo socioeconómico y rural en América Latina y el Caribe**

La iniciativa de los Telecentros para el desarrollo socioeconómico se puso en marcha en el año 2001 en América Latina y el Caribe bajo el amparo de la FAO y el Banco Interamericano de Desarrollo. Se basó en la creación de portales con servicios públicos dirigidos principalmente a atender las necesidades económicas y sociales de la

población de bajos recursos. El proyecto incluye la creación de portales de índole educativa, confeccionados con un lenguaje sencillo, que tienen como objetivo ampliar las oportunidades de trabajo y de auto ocupación productiva. Se trata de locales compartidos que proporcionan acceso al público a tecnologías de información y comunicaciones, cuyo propósito primordial es aumentar el acceso del público a Internet, como una forma de contrarrestar las desigualdades en el reparto de la riqueza (Proenza, Bastidas-Buch y Montero 2001).

### **2.3.2. El proyecto Proderith en México**

El programa vio la luz en 1978 y se desarrolló en las zonas rurales de México. Como en nuestro caso de estudio, su público objetivo fueron los campesinos de la zona. Como resultado se editaron diversos vídeos sobre formación de planes locales de desarrollo, producciones que fueron promovidas por el gobierno mexicano. La iniciativa consistió en la creación de un programa de desarrollo adaptado a la realidad de los campesinos y en el que ellos mismos fueran los impulsores de su propio progreso. Los objetivos principales del programa consistieron en: aumentar la producción de la agricultura en las zonas del trópico mexicano, conservar los recursos de la naturaleza y mejorar las condiciones de vida de los campesinos pobres (Raúl de Almedia, 2010).

### **2.3.3. El Proyecto de Tierra Nueva, Argentina**

El proyecto Tierra Nueva se desarrolla actualmente en Argentina. Los objetivos de la iniciativa son: mejorar el acceso a controles de salud de calidad de los niños de 0 a 5 años a fin de contribuir a la reducción de la mortalidad infantil y el índice de enfermedades evitables; capacitar y adecuar los servicios de salud a las necesidades de las familias y las estrategias de crecimiento y desarrollo de niños de 0 a 5 años y, en tercer lugar, ampliar los conocimientos y la motivación de las familias de la comunidad sobre la importancia de los controles de salud adecuados para niños de 0 a 5 años. Fue puesto en marcha por el propio municipio, a través de su gabinete ejecutivo, con la colaboración de la Secretaría de Salud, un centro universitario, el Consejo Local de Niñez y Adolescencia y una organización no gubernamental. Se trata de un programa de diez años de duración que “aspira a instalar capacidades en la comunidad para que esté en condiciones de reclamar sus derechos y tener iniciativas propias para intervenir en su realidad” (Bruno, 2006).



Lo utilización de los procesos comunicativos para el fomento del desarrollo a escala general es también una característica propia de nuestro caso de estudio, donde como apreciaremos a continuación, el principal objetivo no es tanto que los alumnos adquieran conocimientos, como que crezcan como personas y que esto les permita ocupar un papel más relevante y activo en sus propias sociedades.

### **3. Metodología de la investigación**

La metodología utilizada se divide en dos fases. Una primera etapa de revisión bibliográfica sobre los conceptos de comunicación para el desarrollo y comunicación social, con el objetivo de establecer los principios fundamentales de esta práctica, sus orígenes y prioridades. Ya que consideramos que solo tras una adecuada revisión de las características fundamentales del proceso, nos encontraremos en disposición de analizar de forma argumentada un caso concreto.

De esta manera, la primera fase nos sirve para constatar que, efectivamente, las pautas y directrices marcadas por los expertos en comunicación para el desarrollo están presentes en el diseño y desarrollo del programa de educación a distancia por radio para personas a adultas de la Fundación ACLO.

En la segunda fase nos adentramos de forma minuciosa en el análisis del programa a través del estudio de cinco puntos clave: el proyecto en sí, sus orígenes, los objetivos perseguidos, el método de trabajo implantado y los resultados obtenidos. La metodología utilizada para el estudio del caso -pero también para el análisis de cómo se lleva a cabo este tipo de comunicación por parte de las organizaciones no gubernamentales dedicadas a promover el desarrollo- se basa en entrevistas abiertas a tres miembros involucrados directamente en la iniciativa:

- Deianira Hernández y Cecilia Villarroel, responsables de Comunicación de la organización Entreculturas en Madrid y en la Comunidad Valenciana, respectivamente.
- Y a Mario Huayta, director del programa de educación a distancia por Radio, “El maestro en casa” que la Fundación ACLO ha puesto en marcha concretamente en dos departamentos rurales ubicados en el sudeste de Bolivia.

La interacción con los tres responsables se llevó a cabo durante una visita a la Universidad Miguel Hernández de Elche, que tenía como objetivo difundir por España

los logros alcanzados por el proyecto (cumpliendo así con el requisito expuesto de expandir el proyecto y establecer conexiones con otras sociedades que también puedan verse favorecidas con la iniciativa). A continuación se exponen los resultados del análisis basado principalmente en las aportaciones del director del programa.

#### **4. Análisis de caso: Fundación ACLO, educación a través de la Radio**

##### **4.1. Síntesis del proyecto**

El proyecto de educación a través de la radio, llevado a cabo por la fundación ACLO en el sur de Bolivia vio la luz en el año 2004 y ha culminado este mismo año (2012). Aparte de la fundación ACLO han colaborado en la iniciativa las ONG Entreculturas y Ayuda en Acción. Se trata de un proyecto para el desarrollo financiado por la Generalitat Valenciana.

Consiste en promover la educación por radio y está dirigido principalmente a personas adultas que residen en comunidades rurales, especialmente mujeres, ya que son las más marginadas en el acceso a la educación. Pretende posibilitar la entrada a la educación de los habitantes mayores de 15 años de estas zonas desfavorecidas para alcanzar un desarrollo personal comunitario. En concreto, los municipios donde se ha puesto en marcha la iniciativa son las localidades de Chuquisaca y Potosí, ubicadas en zonas rurales a las que solamente se puede llegar a través de la radio, ya que carecen de luz y, por lo tanto, de televisión o internet. De manera que la radio es la única forma de comunicación disponible. Huayta explica que muchos de los estudiantes que en su día aprendieron a leer y escribir, cuando crecen olvidan los conocimientos por falta de práctica, de tal manera que “el programa les ayuda a recordar lo que en su día aprendieron”.

##### **4.2. Orígenes**

Actualmente Bolivia vive un proceso de transformación y cambio, un cambio en cuanto a las políticas económicas, en lo cultural y en el aspecto administrativo del mismo estado. En este sentido, se aprecia un fuerte protagonismo de la gente de las comunidades y pueblos con las que ACLO lleva trabajando durante más de 40 años.

La meta del programa es, según apunta Huayta, que Bolivia cambie, algo que a su juicio se está logrando de forma paulatina: “La gente poco a poco está consiguiendo una mejor condición de vida y mayores recursos”. Y añade: “ACLO es uno de los pocos

medios que trabaja en el tema de la comunicación para el desarrollo. Apostamos por que la comunicación sea un instrumento para cambiar la realidad”.

La Fundación ACLO de radio pertenece a la red de emisoras conocida como Red ERBOL, que promueve la formación de redes departamentales. Entre los objetivos de esta macro red destacan, además de los proyectos de comunicación, el desarrollo rural sostenible y la promoción de la agricultura orgánica y, por otro lado, la capacitación de líderes con influencia local.

Es en el departamento de Potosí donde se focalizó en 2006 la experiencia de educación por radio. En este marco se desarrolló el programa de Educación Primaria A Distancia por Radio y, posteriormente, se amplió la iniciativa a la zona de Chuquisaca.

Más del 95% de la población de estas zonas usa como medio de información principal la radio. Prácticamente la totalidad de la población escucha la radio porque, como adelantábamos, carecen de acceso a otros medios de comunicación. Los individuos conocen su realidad a través de las ondas, lo que hace que conciban el medio como una herramienta de formación. En este sentido el director subraya que los desplazamientos a las capitales se producen tan solo una vez al mes o a la semana: “En Bolivia existe una gran desigualdad en el reparto de la riqueza. Desde el proyecto pretendemos que esto cambie, conseguir un reparto más equitativo”, explica el coordinador boliviano.

#### **4.3. Objetivos**

El objetivo de la iniciativa se basa en que las personas, principalmente las mujeres, pero también los hombres en edad adulta, mejoren sus condiciones de vida a través de la educación. Se persigue convertir a la radio en una herramienta pedagógica que contribuya a cambiar el futuro de los ciudadanos. Se entiende a la educación como la herramienta más valiosa que cualquier ser humano puede tener a su alcance para salir de la pobreza.

El fin último de la iniciativa, además de que los alumnos adquieran conocimientos básicos, es que puedan aplicar la educación que reciben en el programa en su día a día y que esto les permita ejercer liderazgos.

Muchas de las estudiantes que formaron parte del programa han crecido personalmente perdiendo el miedo al esposo y adquiriendo una mejor posición social. El programa ha permitido no solo que la mujer estudie, sino que esta se iguale al hombre. Que su rol se vea fortalecido a pesar de que, desafortunadamente, permanece en un segundo plano. Se ha conseguido incluso que las mujeres sean protagonistas de ámbitos políticos, explica Huayta<sup>5</sup>.

#### **4.4. Método de trabajo**

Los contenidos educativos del programa de educación a distancia por radio abordan cuatro materias fundamentales: lenguaje, matemáticas, ciencias sociales y ciencias experimentales. Se busca la manera de integrar el conocimiento básico con la realidad en la que vive el alumno, en su entorno social y físico, con el objetivo de que al estudiante le resulten familiares los conocimientos y que vaya adquiriendo mayor profundidad y mayor capacidad de reflexión sobre los conceptos estudiados. Para preparar los contenidos radiofónicos y los textos, se lleva a cabo un diálogo interdisciplinar en el que, según el director, es fundamental el trabajo en equipo. Teniendo en cuenta la realidad de estas zonas todo el material se elabora de forma bilingüe, es decir, tanto en lengua quechua<sup>6</sup>, que es la que utilizan en su día a día los campesinos de estas zonas, como el castellano. “En Bolivia se intentaron implantar proyectos exportados de Cuba pero no cuajaron porque no tenían en cuenta la realidad de los problemas de estas zonas. Estaban pensados desde otro contexto para Bolivia”, explica el director del programa reforzando el principio básico de que las iniciativas deben nacer de las propias sociedades.

El método requiere por tanto la elaboración de los textos específicos de cada materia, su adecuación a la realidad de los estudiantes y la difusión de las clases por medio de la radio. Así mismo, se integra en la metodología a una persona que asiste de forma eventual a las personas que están estudiando a distancia. Realiza visitas periódicas a los domicilios de los estudiantes para resolver posibles dudas y, sobre todo, para motivar al alumnado a que no abandone el programa ante posibles inconvenientes de naturaleza laboral o familiar. El director considera básico que los beneficiarios del programa, los que han completado el proceso educativo, se conviertan después en voluntarios y en

visitadores de apoyo, para que puedan ayudar a otros alumnos. De tal forma que se integren de nuevo en el proceso de forma activa.

La técnica de aprendizaje que se aplica es la conocida como ERCA, en la cual se prima, como apuntábamos, la adaptación de los contenidos a la realidad del alumno. Las siglas hacen referencia en lengua quechua a los siguientes tres conceptos fundamentales:

1. El saber: que alude a la capacidad de los individuos para adquirir habilidades y destrezas que les sean útiles en su vida cotidiana.
2. El poder: está conectado especialmente con la comunicación y el dominio de los idiomas, el cual facilitará la integración y el desarrollo personal de los estudiantes.
3. El querer: que hace referencia a la revalorización de los conocimientos ascentrales. De ahí que los contenidos siempre estén pensados teniendo en cuenta el perfil del alumnado y su trayectoria.

#### **4.5. Resultados**

- La acogida por parte de la población de estos dos departamentos y de zonas similares ha sido muy alta. “Hay mucho interés por parte de los individuos en las localidades donde se ha llevado a cabo el proyecto. Ante los buenos resultados obtenidos, el resto de municipios de la zona, demandan su puesta en marcha, a pesar de que, hoy por hoy, ACLO se ve incapacitado económicamente para satisfacer esas demandas”, según explica el coordinador. Y añade: “Para muchos individuos, el simple hecho de poder participar en el proyecto ha supuesto un sueño realizado, toda una inyección de autoestima”.
- Tras el programa, las mujeres han perdido el miedo y se han convertido en dirigentes de sus comunidades. Se ha alcanzado el objetivo perseguido de que hombres y mujeres mejoraran sus condiciones de vida.
- El año 2011 el Ministerio de Educación boliviano invitó a la Fundación ACLO a socializar el proyecto con el objetivo de llevar la iniciativa a otras comunidades. Se ha conseguido con ello que la experiencia se difunda, hasta el punto de que el propio Estado, a través de las radios públicas, ha puesto en marcha procesos de enseñanza similares. Así mismo, otros municipios colindantes están tomando iniciativas propias que les permitan desarrollar programas de este perfil.

- Los talleres educativos a través de programas radiofónicos también se han desarrollado en España dirigidos a la población de bajos recursos, esta vez bajo el amparo de la Fundación Entreculturas. Se han puesto en marcha talleres a través de las ondas en los que se integra la educación para adultos. A través de ellos personas de la tercera edad han tenido la oportunidad de disfrutar de una educación básica a la que en su pasado no tuvieron acceso.

## Bibliografía

Brunet, M. A (2011): "Propaladoras, una alternativa comunitaria en San Pedro de Jujuy (Argentina)". En Krohling, Tufte y Casanova (Coords.) *Trazos de una otra comunicación en América Latina*. Barranquilla. Universidad del Norte 33-55.

Bruno, D. (2006): *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*. Argentina. UNICEF. Disponible en: [http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2\(1\).pdf](http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2(1).pdf) . Fecha de consulta: 15/05/20012.

Camacho Azurduy, C. A. (2003): "América Latina, en el reto de construir puentes con y entre las ciudadanías. El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa". *Revista Probidad*, 05, 15, 1-21.

Gumucio Gragon, Al. (2003). "El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social". *Investigación & Desarrollo*, 12, 1. Disponible en: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/view/1088/673>. Fecha de consulta: 25/05/20012.

Gumucio Dagon, A. (2011): "Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo". *Signo y Pensamiento*, vol. XXX, núm. 58, enero-junio, 2011, pp. 26-39. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/860/86020038002.pdf> . Fecha de consulta: 15/05/20012.

Milan, S. (2006): "Medios comunitarios y regulación: una perspectiva de comunicación para el desarrollo". *Investigación y desarrollo: revista del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano*, 14, 2, 268-291. Disponible en: [http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest\\_desarrollo/14/2\\_Medios%20comunitarios%20y%20regulacion.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/14/2_Medios%20comunitarios%20y%20regulacion.pdf) . Fecha de consulta: 15/05/20012.

Proenza, F. J., Bastidas-Buch, R. y Montero, G. (2001): *Telecentros para el desarrollo socioeconómico y rural en América Latina y el Caribe. Oportunidades de inversión y recomendaciones de diseño con especial referencia a Centroamérica*. Washington D.C. FAO, UIT y BID. Documento de trabajo disponible en: [http://www.itu.int/ITU-D/ict/mexico04/doc/doc/10\\_Telecenters\\_s.pdf](http://www.itu.int/ITU-D/ict/mexico04/doc/doc/10_Telecenters_s.pdf). Fecha de consulta: 15/05/20012.

Raúl de Almedia, M. (2010): "El proyecto Proderith: un caso de comunicación para el desarrollo participativo. Comunicación presentada al congreso: Alfabetización



mediática y culturas digitales, celebrado los días 13 y 14 de mayo de 2010. Organizado por la Asociación de Televisiones Educativas y Culturales de Iberoamérica (ATEI). Disponible en: <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/nuestras-publicaciones/congreso-%E2%80%9Calfabetizacion-mediatica-y-culturas-digitales%E2%80%9D-13-y-14-de-mayo-2010>. Fecha de consulta: 23/05/2012

Schramm, W. (1964): *Mass media and national development: the role of information in the developing countries* Stanford, California, Stanford University Press & Unesco.

Ramiro Beltrán, L. (2005): "La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación. Julio 12-16, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.portalcomunicacion.com/both/temas/lramiro.pdf>. Fecha de consulta: 01/06/20012.

### Webgrafía:

<http://www.aclo.org.bo/>

<http://www.entreculturas.org/index.php>

<sup>1</sup> Doctora en Periodismo. Profesora en prácticas docente de la asignatura: Lenguaje y Técnicas de Periodismo Escrito (UMH). Pertenece al Grupo de Investigación de la Comunicación en la Comunidad Valenciana (GICOV) y participa en el proyecto de investigación titulado: *La información sobre el cambio climático en los medios españoles*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Ha escrito artículos y participado en congresos sobre producción periodística y tratamiento informativo. E-mail: [a.lara@umh.es](mailto:a.lara@umh.es).

<sup>2</sup> Profesor asociado en las asignaturas de Periodismo Especializado y Comunicación Corporativa. Pertenece al Grupo de Investigación de la Comunicación en la Comunidad Valenciana (GICOV) y es miembro de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación [AE-IC](#) y de la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas ([AIRP](#)). Ha participado en varias obras colectivas sobre la gestión de la comunicación en la inmigración y en las ONGs, la percepción de los periodistas sobre la comunicación en las entidades deportivas y la estructura de los departamentos de Comunicación en los clubes profesionales de fútbol en España. E-mail: [molabe@umh.es](mailto:molabe@umh.es)

<sup>3</sup> Contraparte: personas y colaboradores en el país en el que se desarrolla el proyecto.

<sup>4</sup> Declaración recogida a través de entrevista con la responsable el pasado mes de mayo de 2012 en la Universidad Miguel Hernández de Elche (Alicante).

<sup>5</sup> Declaración recogida a través de entrevista con el responsable del proyecto el pasado mes de mayo de 2012 en la Universidad Miguel Hernández de Elche (Alicante).

<sup>6</sup> Es la familia lingüística más extendida en Bolivia, Perú y Ecuador después de la indoeuropea.