

La comunicación como proceso: Un enfoque integrado en la implementación de las políticas de población

Communication as a process: An integrated approach in the implementation of population policies

Dixie Edith Trinquette Díaz *

Recibido: 5 de marzo de 2024

Aceptado: 14 de mayo de 2024

Publicado: 31 de julio de 2024

Cómo citar este artículo:

Trinquette Díaz, D.E. (2024). La comunicación como proceso: Un enfoque integrado en la implementación de las políticas de población. *Novedades en Población*, 20(39). <http://www.novpob.uh.cu>

Resumen

La comunicación es fundamental en la construcción de sociedades y en la promoción del cambio social. Su valor radica, no solo en el mero hecho de la transmisión de información, sino también en el proceso continuo y dinámico que facilita la comprensión y la interacción entre individuos y colectivos. Este acercamiento investigativo explora la relevancia de considerar a la comunicación como un proceso

* Doctora en Ciencias Demográficas. Centro de Estudios Demográficos (CEDEM). Universidad de La Habana, Cuba. ORCID: <http://0000-0001-6140-0874>. E-mail: dixie.trinquette@cedem.uh.cu, dixiedith@gmail.com Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Dixie-Trinquette-Diaz>.

integral, sistematizando algunas contribuciones teóricas de la comunicación para el cambio social y la comunicación sobre población. A través de un análisis de las teorías y prácticas actuales, se argumenta cómo, al integrar los enfoques de la comunicación para el cambio social y sobre población, desde un mismo entendido conceptual y metodológico, se puede contar con una herramienta valiosa para abordar los desafíos demográficos y promover la participación ciudadana en el marco de la implementación de una política de población. Para cumplir con este objetivo, los métodos de investigación empleados fueron la revisión bibliográfica y el análisis documental.

Palabras clave: Comunicación, proceso, Comunicación sobre Población, Comunicación para el Cambio Social.

Abstract

Communication is fundamental in building societies and promoting social change. Its value lies not only in the mere fact of transmitting information, but also in the continuous and dynamic process that facilitates understanding and interaction between individuals and groups. This research approach explores the relevance of considering communication as an integral process, systematizing some theoretical contributions of communication for social change and population communication. Through an analysis of current theories and practices, it is argued how, by integrating the approaches of communication for social change and population communication, from the same conceptual and methodological understanding, it is possible to have a valuable tool to address demographic challenges and promote citizen participation in the framework of the implementation of a population policy. To meet this objective, the research methods used were literature review and documentary analysis.

Keywords: Communication, process, Communication on Population, Communication for Social Change.

Introducción

Entender la comunicación como un proceso implica reconocer que no se trata simplemente de un acto de emisión y recepción de mensajes, sino de una serie de interacciones que construyen significados y conocimientos. La comunicación efectiva es un ciclo continuo que involucra retroalimentación, adaptación y evolución en el contexto de las relaciones humanas. Hoy no basta con tener acceso a las estadísticas demográficas y los análisis del comportamiento de las dinámicas poblacionales. Incluso, no es suficiente socializar información de calidad. Se necesitan estrategias para amplificar su alcance y fomentar entrecruzamientos entre los diferentes actores del tejido social.

En otras palabras, la información pierde relevancia si no se comunica, y comunicarla implica interactuar con las mediaciones económicas, sociales, políticas y culturales que maximizan o desfavorecen el impacto de los mensajes; pero también con las características y opiniones de quienes son receptores-actores de ese proceso. Es decir, se trata de comprender una realidad ya validada desde la academia: el tránsito de simplemente transmitir, a compartir información. Ese proceso, descrito por Jorge Bonilla, Omar Rincón y otros estudiosos como el desplazamiento “de las audiencias contemplativas a los productores conectados” (Bonilla et al, 2012), explica cómo se supera la visión de esa comunicación “vertical, unidireccional, que tiende al control, a la dominación”, hasta asumirla como un “proceso horizontal, bi o multidireccional, que es, por esencia, participativo e interaccional” (Vidal, 2006, p.12). O sea, se trata de verla, comprenderla, también desde las mediaciones, los usos, apropiaciones y reconfiguraciones que los públicos hacen de los contenidos.

Sin embargo, ocurre a menudo que cuando pensamos en la comunicación –y en particular en la que se estructura en torno a las dinámicas demográficas-, nos remitimos automáticamente a la acción de divulgar, contar, explicar... y casi nunca al proceso de construir consensos públicos que contribuyan a cambios de comportamiento desde la participación.

Este debate -que no es nuevo ni escaso-, trasciende el ámbito de las teorías de la comunicación, y cuenta con antecedentes en diferentes disciplinas científicas. Justo de esa característica emerge un desafío compartido: comprender la necesidad de una construcción común de sentidos en torno a lo que significa comunicar, en función del escenario concreto al que nos estamos refiriendo.

En palabras de Alfonso Gumucio (2008), uno de los tres retos principales en este campo es “nombrar las cosas” (p.60), justamente porque esta dispersión de sentidos resta eficacia a propuestas que, de ser implementadas desde entendidos comunes y bien articulados, resultarían un aporte esencial para proyectos o políticas de desarrollo.

Esta indagación, aun en curso, busca justamente fijar precisiones teórico metodológicas en torno a cómo estructurar la comunicación sobre población como un proceso, sistematizando algunas contribuciones teóricas de la comunicación para el cambio social y de la propia comunicación sobre población.

Desarrollo

Teorías convergentes: los antecedentes

Una mirada a las teorías de la comunicación a lo largo de su historia, desde la perspectiva británica de los Estudios Culturales hasta su posterior adaptación al contexto latinoamericano a partir del desarrollo del paradigma de la recepción activa, puede contribuir a perfilar la relación entre el proceso de comunicación y las dinámicas de población (Trinquette, 2019).

El paradigma de la recepción activa se nutrió de los *Cultural Studies* británicos, originados en la Escuela de Birmingham en la década de 1950, y en Latinoamérica se fortaleció con los trabajos de Barbero, Orozco y Canclini, entre otros estudiosos. Esta propuesta teórica defiende la capacidad del receptor para la construcción de sentidos y la resemantización de los mensajes y también niega la linealidad del proceso comunicativo. Así, coloca al receptor en la posición activa que le da su “saber reconocer”, su libertad de lectura, su habilidad para resistir a los mensajes

dominantes, el carácter negociado de los procesos de apropiación (Medina, 2005: 12).

Estas propuestas apuestan, por tanto, a un concepto de comunicación imbricado con la cultura, vista está en su expresión más amplia¹. Observar e interrogar al público, considerarlo como ente activo, permite estudiar con profundidad los dispositivos que favorecen el proceso de reproducción de lo social. El sujeto, considerado hasta entonces como protagonista de una eterna somnolencia (Bonilla et al, 2012), se convierte a los ojos de teóricos y profesionales de la información en actor y productor de sentido.

La segunda mitad del siglo XX, sobre todo sus últimas décadas, constituyó un escenario para hablar y escribir sobre la experiencia, la ideología, la identidad, la resistencia, la hegemonía; de la cultura “culto”, de la popular; de culturalistas y estructuralistas; de audiencias, contexto y texto; de significados, religión, base y superestructura. Pero también, y con particular protagonismo en el continente latinoamericano, es la época del debate conceptual acerca del deber ser de las investigaciones y de las políticas de población, las aspiraciones dirigidas a conseguir una *cultura demográfica*² y de la relación entre la población y el desarrollo.

Según el demógrafo y también teórico de la comunicación Armand Mattelart, “se pasa de lo mecánico a lo fluido. Entre una y otra forma de pensar, las categorías se enfrentan en un riguroso cara a cara: por fuerza, responde el flujo; ante la rigidez, la flexibilidad; ante la estabilización, la renovación permanente; ante la causalidad lineal, la causalidad circular; ante el cierre, la apertura; ante la suma y la yuxtaposición, la transversalidad” (Mattelart, 1987, p.75).

¹ Asumimos para este estudio que cultura es todo el proceso y el resultado material y espiritual de la especie humana, lo cual implica su historia, las diferentes actividades que realiza, el legado de la transformación física del medio, la conciencia, el lenguaje, los conocimientos, la ética, valores, sistemas de valores, creencias y doctrinas, los símbolos, los significados que atribuye a los objetos y a sus acciones, los referentes, gustos estéticos, las leyes y normas que regulan su vida, los hábitos, costumbres, tradiciones, en fin, el ser humano mismo transformado como resultado de su propia actividad, o sea, su ser físico y su ser espiritual.

² La *cultura demográfica*, en este contexto, resulta un concepto estrechamente vinculado al curso de vida de las personas y a temas relacionados con el bienestar y la calidad de vida (Tuirán, 1996).

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

En la primera mitad del siglo XX ya se documentaban inquietudes académicas en busca de vincular la comunicación y los procesos de desarrollo; sin embargo, no fue hasta bien entrada la década de 1950 que esta preocupación se posicionó en el ámbito de los estudios de la comunicación, llegando a configurarse en lo que se conoce actualmente como la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) (Gómez et al, 2022), con una relevante trayectoria académica y práctica, especialmente en Latinoamérica y en el contexto anglosajón (Gumucio y Tufte, 2008).

Según Ángel y Barranquero (2016), este campo de estudios se ha institucionalizado desde múltiples perspectivas teóricas y actualmente más de cincuenta denominaciones distintas definen fenómenos parecidos: comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, comunicación comunitaria, alternativa, popular, del tercer sector, horizontal, participativa, para la paz, entre otras (Del Valle, 2007).

En ese camino, la Comunicación para el Desarrollo (CPD), originada en el seno de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a fines del siglo XX, es una expresión de las mismas preocupaciones que llevaron a la adopción de un Plan de Acción, en la Conferencia Internacional de Población y Desarrollo de El Cairo, en 1994, centrado en la preocupación por las personas. Nace de la certeza de que hace falta construir “otro desarrollo” más inclusivo, basado en procesos horizontales y de participación popular, con lo cual la comunicación toma especial relevancia: “la CPD fue entendida como un proceso recíproco en el que las comunidades podían participar como agentes clave de su propio desarrollo” (PNUD, 2011).

Esta visión promovida desde la ONU considera a la Comunicación para el Desarrollo, más que una estrategia, un proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la toma de decisiones locales, nacionales y regionales. Su objetivo es el fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas (Edvany y Santiesteban, 2018).

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

Un componente importante de esta visión fue el redimensionamiento de lo comunitario como espacio de acción común que tribute al desarrollo del concepto de lo público (Salazar, Portal y Fonseca, 2016). En ese camino, autores como Granados (2009) y Castañeda (2005), propusieron un nuevo marco de análisis para la dimensión política del desarrollo, en este caso relacionada con la comunicación en el ámbito local, a partir de introducir categorías como ciudadanía, esfera pública y sociedad civil.

Sin embargo, son las propuestas de la Comunicación para el Cambio Social y la Comunicación sobre Población las que mejor se interceptan para poder levantar una propuesta en línea con esa aspiración –explícita en la Cuba de hoy mismo- de que la comunicación sea un “importante componente del proceso de desarrollo económico y social como recurso estratégico de dirección del Estado y el Gobierno, las instituciones, las empresas, las organizaciones políticas, de masas, sociales y los medios de comunicación” (PCC, 2020, p.25).

Entre ambas, pueden identificarse nexos teóricos, metodológicos y epistemológicos que apuntan en esta dirección.

La Comunicación para el Cambio Social

Esta perspectiva teórica reconoce el poder de la comunicación para movilizar a las personas hacia objetivos comunes, promover la participación ciudadana y fomentar la transformación social; busca, por tanto, influir y facilitar el desarrollo social y comunitario.

Para Gumucio, se centra en la sistematización de experiencias, porque facilita recuperar el conocimiento producido en el diálogo social, a partir de lecciones narradas y aprendidas por las comunidades (Pérez, Cataño y Franco, 2009). Para este autor resulta trascendente como campo de construcción social y cultural para transformar a la sociedad en su conjunto. En ese sentido le reconoce varias características esenciales: ser participativa, haberse gestado en la sociedad misma, sostenida en una cultura e identidad concretas; usar las tecnologías disponibles;

buscas alianzas y estableces redes; y crear espacios para la expresión y visibilidad de todas las personas Gumucio (2011).

En esencia, la CCS posiciona el diálogo y la participación como ejes centrales de los procesos sociales (Gumucio, 2004), cuestiona la visión economicista del concepto originario de desarrollo y pone la lupa en lo comunitario y en la “multiplicidad de procesos dialógicos y participativos que pueden contribuir con la transformación social” (Saladrigas, De la Noval y Portal, 2021).

El manifiesto derivado de la llamada conferencia de Cape Town (Sudáfrica), que reunió en 1998 a especialistas de comunicación y participación social, definió un programa común para el siglo XXI basado en definir la CCS como un proceso de diálogo privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo (Rockefeller Foundation, 1999). El documento plantea que las comunidades deben representar 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, las políticas y la cultura. Se establecen las tres tendencias siguientes (Del Valle, 2007):

- La liberalización de los medios y el consecuente proceso de desregulación.
- El desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).
- El contexto global en permanente transformación, especialmente en los ámbitos político y económico.

De la Comunicación para el Desarrollo, la CCS heredó la preocupación por la cultura y por las tradiciones comunitarias, el respeto hacia el conocimiento local, y el diálogo horizontal entre los expertos y sujetos del desarrollo. Mientras que el modelo de comunicación participativa promovido por la CPD resultó, de cierto modo, institucional, vertical, aplicable y replicable; la CCS no pretende definir anticipadamente los medios, los mensajes, ni las técnicas, porque considera que del proceso mismo, inserto en el universo comunitario, deberían surgir las propuestas de acción (Gumucio, 2011). De ese modo, esta propuesta asume que:

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

- La sostenibilidad de los cambios sociales es más segura cuando los individuos y las comunidades se apropián del proceso y de los contenidos comunicacionales. Las comunidades deben ser agentes de su propio cambio y gestoras de su propia comunicación.
- La CCS, horizontal y fortalecedora del sentir comunitario, debe ampliar las voces de las personas y tener como eje contenidos locales y la noción de apropiación del proceso comunicacional.
- En lugar del énfasis en la persuasión y en la transmisión de informaciones y conocimientos desde afuera, la CCS promueve el diálogo, el debate y la negociación desde el seno de la comunidad.
- Los resultados del proceso de la CCS deben ir más allá de los comportamientos individuales, y tomar en cuenta las normas sociales, las políticas vigentes, la cultura y el contexto del desarrollo.
- La CCS es diálogo y participación, con el propósito de fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la palabra y el fortalecimiento comunitario.
- La CCS rechaza el modelo lineal de transmisión de la información desde un centro emisor hacia un individuo receptor, y promueve un proceso cíclico de interacciones desde el conocimiento compartido por la comunidad y desde la acción colectiva (Gumucio, 2004, 2011).

Ocurre entonces un cambio de percepción que va, en línea con los postulados de la comunicación sobre población, a considerar a las personas no solo destinatarias, sino protagonistas de su propio desarrollo.

En ese camino, en Cuba con políticas de comunicación y población que avanzan en paralelo y con pocas articulaciones, el “reconocimiento de la población como objeto y sujeto del desarrollo, el dominio de sus características sociodemográficas, su inclusión en los procesos de elaboración y ejecución de las estrategias de desarrollo económico y social; así como la utilización de las estadísticas y las investigaciones demográficas, resultan temas de permanente debate y exigencia, no siempre

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

reconocidos por la política y sus ejecutores e, incluso, lamentablemente, tampoco por representantes de las propias ciencias que aportan al respecto” (Aja, 2021).

Este cambio de percepción, que Obregón (2007) llama desplazamiento del énfasis, implica un cambio de sentido desde el solo diseño y distribución de mensajes, hacia el diálogo y el debate (figura 1).

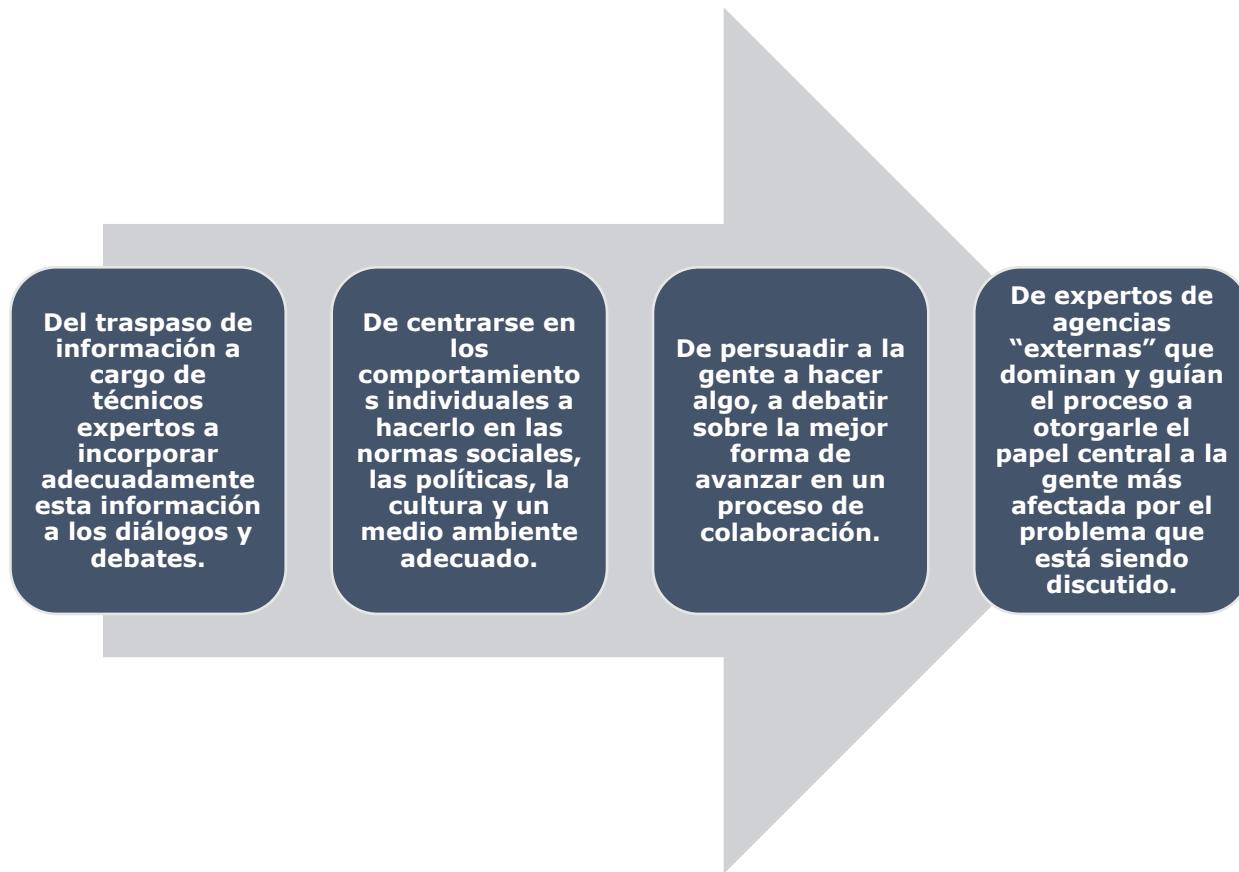


Figura 1: La población como objeto y sujeto del desarrollo. Elementos comunicativos

Fuente: *Elaboración propia a partir de Obregón (2007)*.

Sin embargo, para Barranquero y Meda (2015), la CCS sigue arrastrando un sesgo instrumental y mediacéntrico, al entender que la comunicación siempre está al servicio de algo “comunicación para”: el desarrollo, la salud, el medioambiente, la paz, la población, etcétera. En otras palabras, lo comunicativo se continúa

concibiendo no como un proceso, sino como una mera herramienta, medio o soporte útil para un fin.

La Comunicación sobre Población

Nacida en el ámbito de la Demografía, esta propuesta teórica y científica es resultado de un proceso eminentemente social y se inscribe en un contexto en el que los desafíos de considerar a la población como objeto y sujeto del desarrollo empezaron a ser reconocidos socialmente, más allá de los límites tradicionales de la Demografía como ciencia.

La necesidad de promover cultura demográfica³ en la población fue reconocida -de forma implícita o explícita- desde la segunda mitad del siglo XX. Las preocupaciones en torno al crecimiento demográfico global impulsaron a la ONU a convocar a la comunidad internacional a una serie de conferencias mundiales sobre población (Trinquette, 2017), que tuvieron en la cita de El Cairo, en 1994, su momento cumbre. El mensaje esencial del Programa de Acción de El Cairo "fue que los temas de población son asuntos de desarrollo" (Benítez, 1999), una definición que implica la visión plena del carácter social de la ciencia demográfica, pero también una impronta en procesos asociados de educación y comunicación. Esta interpretación comprende, no sólo los factores sociales y económicos vinculados al desarrollo, sino también los culturales, la estructura familiar, los recursos y los derechos humanos. En resumen, se posicionó al ser humano en el centro de los análisis de las ciencias de la población. Sesgada por las ya citadas teorías demográficas de la época, vinculadas al temor del crecimiento excesivo de la población, la necesidad de educar y comunicar trasciende en ese momento, no como concepto integrador y sistémico, sino dirigido casi

³ Se define como *cultura demográfica* al sistema de conocimientos resultante de un proceso cognoscitivo que propicie entre los ciudadanos "la toma de conciencia sobre la naturaleza, causas y consecuencias de los fenómenos demográficos"; ponga en claro -a partir de la propia cotidianidad y las vivencias y experiencias de los sujetos- que los "hechos de población" no son ajenos ni privativos de los demás sino asunto de todos y aliente la participación de la ciudadanía para impulsar los cambios demográficos definidos socialmente como favorables para promover el bienestar de la población" (Tuirán, 1996).

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

exclusivamente a la divulgación de aquellos conocimientos necesarios para la planificación familiar y el control de la natalidad.

Sin embargo, tres décadas después de El Cairo -y pasado ya un largo proceso de seguimiento de los acuerdos de aquel encuentro-, la comunicación sobre población abarca campos de pensamiento y acción más amplios, con procesos "dirigidos a capacitar a las personas para la mejor comprensión de la naturaleza, las causas y las implicaciones de los fenómenos poblacionales a nivel individual, comunitario, nacional y global, comprendiendo el desarrollo de conocimientos científicos, valores y actitudes en aspectos de población y desarrollo, sexualidad, género, familia, derechos humanos, medio ambiente y otros" (Arriaga, 1997).

Propuesta como el conjunto de acciones que impulsan la construcción de una cultura demográfica⁴ que actúe a nivel personal y tenga vigencia en el seno de toda la población, la comunicación sobre población, según Tuirán (1996), nace de postulados teóricos que establecen que el acto de comunicar implica la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor, a través de canales definidos y con la ocurrencia de mediaciones diversas. Sin embargo, el demógrafo precisa que "esa transmisión de contenidos tiene la intención de obtener ciertos efectos deseados, que pueden consistir en una alteración del conocimiento que el receptor tiene acerca de alguna idea, en un cambio en su actitud hacia la misma y/o en un cambio en sus prácticas o conductas manifiestas" (Tuirán, 1996).

Aunque la mayoría de los teóricos de la Comunicación, sobre todo en épocas recientes, observan los cambios de comportamiento como un fin -generalmente a muy largo plazo- del acto de comunicar, no suele asumirse esta como una condición intrínseca, indispensable, para que ocurra el proceso comunicativo (Vidal, 2006).

Tuirán, entonces, está señalando en su definición conceptual un elemento definitorio de la comunicación sobre población: la concibe como un proceso social que nace de

⁴ La cultura demográfica, en este contexto, resulta un concepto estrechamente vinculado al curso de vida de las personas y a temas relacionados con el bienestar y la calidad de vida.

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

la investigación científica, propone una mirada más abarcadora de las dinámicas demográficas, pero también de las decisiones individuales que las impactan.

Demógrafos como Gösta Carlsson (1966), John Bongaarts y Susan Watkins (1996) aportan a este análisis los enfoques difusiónistas y de las interacciones sociales, incorporando el rol de la transmisión de información y de las redes sociales para la difusión y diseminación de comportamientos, básicamente reproductivos y asociados a la fecundidad, enmarcados en los enunciados de la segunda transición demográfica. Bongaarts y Watkins (1996) desde un enfoque más cercano al paradigma comunicativo centrado en los procesos de significación, defienden que la información, en tanto base de la comunicación, resulta un eslabón esencial en la cadena de influencias sobre las conductas y decisiones individuales. De hecho, estará llegando al individuo aun cuando este no lo busque.

Estos demógrafos sostienen que los impactos de la información han trascendido los medios de comunicación convencionales, o asociados a instituciones sociales, políticas o académicas, y subrayan el rol de las redes informales de comunicaciones, tanto horizontales como verticales. O sea, defienden que las personas reciben, producen e intercambian información desde muchos espacios, incluidos los medios de comunicación, pero también de sus grupos formales e informales de pertenencia, conocimientos que también estarán influyendo sobre las decisiones individuales. Se acercan más al concepto de audiencias activas⁵, o incluso de prosumidores⁶.

Ese análisis que Bongaarts y Watkins propusieron con relación a las conductas reproductivas y la fecundidad en particular, vale para analizar lo que ocurre con

⁵ Las *audiencias activas* se refieren a grupos de personas que participan de manera interactiva y comprometida con el contenido ofrecido por una marca, un medio o una plataforma digital. Este tipo de audiencia no solo consume información, sino que también responde a través de comentarios, compartidos o reacciones. Se considera que las audiencias activas interpretan y responden al contenido mediático, influyendo en la producción y diseminación de información (Peña, Lazcano y Larrondo, 2019)

⁶ El término *prosumidor* es una combinación de las palabras “productor” y “consumidor”. Fue acuñado por Alvin Toffler en su libro “La tercera ola” en 1980. Los prosumidores son personas que no solo consumen productos o servicios, sino que también participan activamente en su creación o producción. En el ámbito académico, se reconoce a los prosumidores como actores comunicativos de la sociedad de la ubicuidad, donde las comunicaciones digitales juegan un papel crucial (Peña, Lazcano y Larrondo, 2019).

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

cualquier proceso personal de toma de decisiones con impacto en la dinámica demográfica y ambiental, aunque en última instancia el individuo, eslabón final, tomador de las decisiones, siempre lo hará a partir de su situación vital concreta. Esta situación del individuo va a delimitar su actitud ante la información; se moverá entre los extremos de recepción acrítica y pasiva, hasta la búsqueda activa y crítica –e incluso la producción propia– de aquella información relevante (Rodríguez, 2013). La comunicación sobre población aborda cómo se comunican los temas relacionados con las dinámicas demográficas y el desarrollo. Esta área de estudio destaca la necesidad de un enfoque holístico que considere factores como la educación, los modelos de desarrollo, la pobreza y las relaciones de género. La comunicación efectiva sobre población puede contribuir a una mayor conciencia y comprensión de los desafíos demográficos y ambientales, promoviendo así políticas y prácticas sostenibles.

Tanto el paradigma comunicativo centrado en los procesos de significación, como las esencias de las teorías difusiónistas y de la interacción social asociadas con la transición demográfica, o las claves de la relación población-desarrollo, apuntan a una misma diana: las personas como protagonistas del proceso, generadoras de sentidos propios a partir de la información que reciben, y también "productoras" de contenidos.

"En el horizonte se perfila otro paradigma, el del reconocimiento del sujeto y la pertinencia de una teoría que parte de las percepciones de aquel, de su subjetividad, que acoja las oscilaciones de sentido, que capte la comunicación como un proceso dialogante donde la verdad, que nunca más será única, se desprende de la intersubjetividad" (Mattelart, 1991, p.15).

Nexos esenciales para articular un proceso

La Comunicación para el Cambio Social y la Comunicación sobre Población están estrechamente relacionadas y se basan en principios similares de participación, empoderamiento y democratización. En ambos casos, los nudos conceptuales parten de la idea de que la comunicación es un proceso dialógico que puede ayudar a las

personas a construir alternativas comunitarias de cambio. Los temas clave incluyen la producción de contenidos, la incidencia política, la participación comunitaria y el empoderamiento ciudadano (Martínez et al, 2023).

Su importancia radica en la capacidad de adaptarse a los contextos geográficos, sociales y económicos específicos, teniendo en cuenta factores como la propia demografía, pero también los niveles de alfabetización, el acceso digital y el consumo cultural y mediático.

Ambas propuestas se concentran en cómo las prácticas comunicativas pueden influir en el cambio social. Este enfoque reconoce la importancia de las estrategias de comunicación en la visibilización de ciertas maneras de ver, representar, vivir y comprender (Martínez et al, 2023). Son campos que se entrelazan y se refuerzan mutuamente (ver figura 2) y pueden utilizarse para abordar de manera efectiva desafíos del cambio social y demográfico como la migración, la baja fecundidad y el embarazo en la adolescencia o la morbilidad de poblaciones específicas, por solo citar algunos ejemplos.

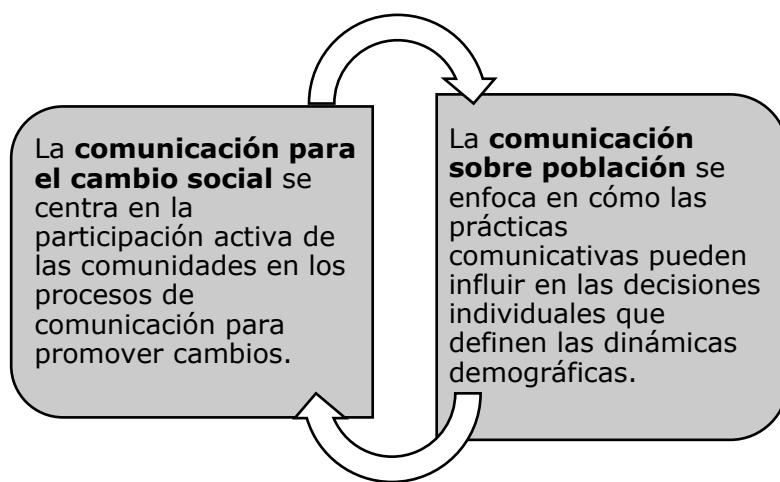


Figura 2: Nexos entre Comunicación para el Cambio Social y la Comunicación sobre Población

Fuente: *Elaboración propia a partir de la sistematización de propuestas teóricas.*

Otras similitudes entre la Comunicación para el Desarrollo y para el Cambio Social, sistematizadas por De la Noval (2020), podrían muy bien extenderse a la Comunicación sobre Población.

- Ponen en el centro de los procesos y las prácticas comunicativas el desarrollo humano sostenible.
- Buscan la transformación en función del desarrollo social.
- Contribuyen a la construcción de ciudadanías activas a partir del reconocimiento al efectivo ejercicio del disfrute y la ampliación de derechos individuales y sociales.
- Visibilizan y actúan en diferentes agendas del desarrollo: valores, género, salud, medio ambiente, educación para el consumo y comercio justo, educación para la paz, educación para la comunicación, educación en derechos, comunicación de la ciencia, equidad social y comunicación intercultural, entre otras (pp. 44-45).

La comunicación como proceso, en el acompañamiento a la implementación de políticas de población

Tanto la Comunicación para el Cambio Social como la Comunicación sobre Población están vinculadas a procesos que impactan el curso de vida de las personas, y tienen causas e intersecciones múltiples. No buscan vender o visibilizar; buscan cambiar comportamientos y están sostenidas, esencialmente, en una comunicación con enfoque de derechos, que tiene que ver no solo con los resultados sino también con el modo en que se lograrán estos resultados. El enfoque de derechos reconoce a las personas como agentes que intervienen en su propio desarrollo, en lugar de como meros receptores pasivos de información o servicios. Informar, educar y empoderar a estos agentes es fundamental (UNFPA, s/f).

Más que una herramienta entonces, la comunicación resulta un proceso vital que permea todos los aspectos de la vida social y el desarrollo humano. Al considerarla como un proceso, se abre la posibilidad de generar diálogos más ricos y significativos

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

que pueden conducir a un cambio positivo y a una mejor gestión de la relación entre la población y el desarrollo.

Cualquier proceso de información y educación vinculado con estos temas requiere de un enfoque holístico, con participación de numerosos espacios y disciplinas que intervienen en la construcción de conocimientos, incluidas la investigación demográfica y la comunicación.

En ese camino, la información y la comunicación deben ser consideradas, a su vez, parte invaluable del posible abanico de interrelaciones desde el cual se promueve y articula la democratización y divulgación del conocimiento científico. Ellas se constituyen, “como procesos, y a través de las instituciones donde se gestan y desenvuelven, en elementos esenciales de la construcción social de la realidad” (Vidal, 2006).

Considerar la comunicación como una “salida”, es verla, simplemente, como herramienta de visibilidad, como un producto final o la cobertura informativa de una acción concreta, sin tener en cuenta la interacción, la continuidad, el cambio dinámico y la influencia mutua que la caracterizan. Verla como un proceso permite, por tanto, entenderla como una serie de acciones interrelacionadas que ocurren a lo largo del tiempo, como muestra la figura 3.

Si partimos de que la Demografía estudia la estructura y el movimiento de las poblaciones humanas y de que las dinámicas demográficas –crecimiento de la población, migración, envejecimiento-, es evidente que la comprensión de estas dinámicas es crucial para diseñar procesos participativos que generen mensajes y campañas comunicativas que resuenen con las necesidades y comportamientos de diferentes grupos poblacionales. La intersección de la CCS y la Demografía se manifiesta en la forma en que las estrategias de comunicación se adaptan a las características demográficas de la población a la que van dirigidas. Por ejemplo, una campaña dirigida a jóvenes requerirá un enfoque diferente que una orientada a

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

adultos mayores, no solo en el contenido, sino también en los canales de comunicación utilizados. Uno de los desafíos más significativos en la intersección de la CCS y la Demografía es garantizar que esas estrategias sean inclusivas y respeten la diversidad cultural y social.

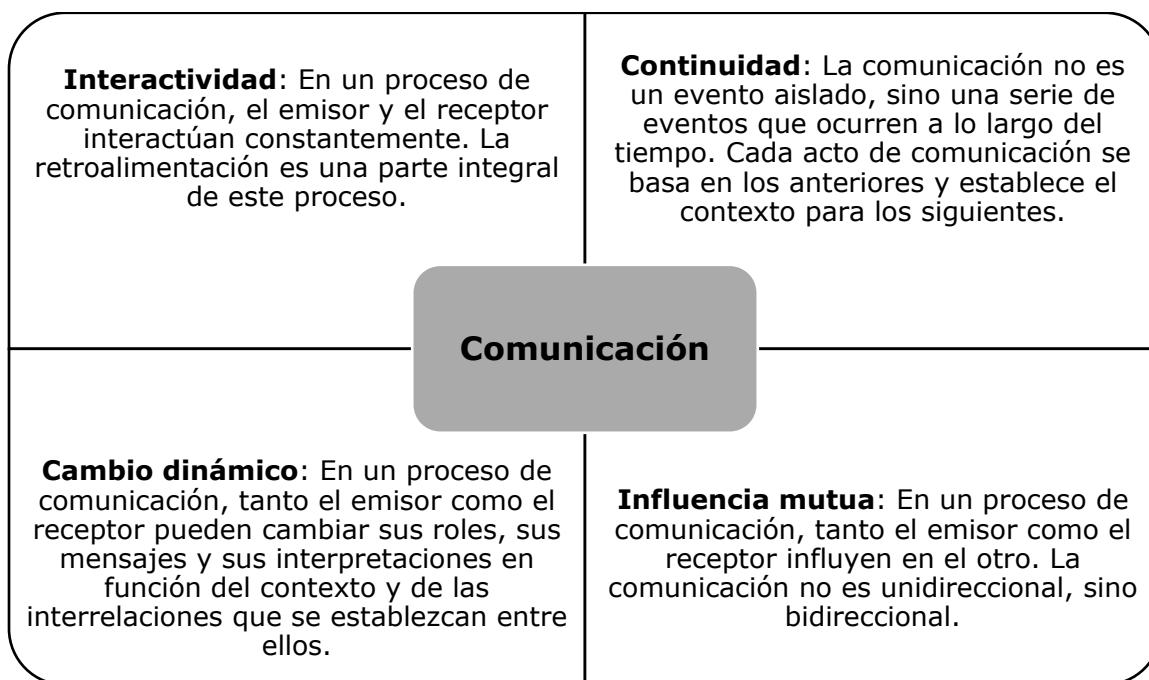


Figura 3: Comunicación como proceso

Fuente: *Elaboración propia a partir de la sistematización de propuestas teóricas.*

Las fuentes de información para ambas son diversas y van, desde bases de datos estadísticas, hasta estudios de caso y literatura académica. Los puntos de partida teóricos incluyen la comunicación para el desarrollo, la participación comunitaria y el empoderamiento ciudadano.

La medición de los resultados y el impacto de las estrategias de comunicación es un aspecto crucial para evaluar su eficacia y realizar ajustes necesarios. Pero es importante tener en cuenta que la efectividad de este seguimiento dependerá, en gran medida, del contexto específico y de la capacidad de adaptar las estrategias de medición a las necesidades y características de la comunidad objetivo.

Conclusiones

integrar los enfoques de la comunicación para el cambio social y sobre población, desde un mismo entendido conceptual y metodológico, permite contar con una herramienta valiosa para abordar los desafíos demográficos y promover la participación ciudadana en el marco de la implementación de una política de población.

Considerar a la población como objeto y sujeto, desde la comunicación, implica un desplazamiento del énfasis que va desde el diseño, la prueba y la distribución de mensajes, hacia el apoyo al diálogo y el debate sobre temas clave de interés por parte de la misma.

Tanto la Comunicación para el Cambio Social como la Comunicación sobre Población están vinculadas a procesos que impactan el curso de vida de las personas, y tienen causas e intersecciones múltiples. No buscan vender o visibilizar; buscan cambiar comportamientos y están sostenidas, esencialmente, en una comunicación con enfoque de derechos

Más que una herramienta, entonces, la comunicación resulta un proceso vital que permea todos los aspectos de la vida social y el desarrollo humano. Al considerarla como un proceso, se abre la posibilidad de generar diálogos más ricos y significativos que pueden conducir a un cambio positivo y a una mejor gestión de la relación entre la población y el desarrollo.

Cualquier proceso de información y educación vinculado con estos temas requiere de un enfoque holístico, con participación de numerosos espacios y disciplinas que intervienen en la construcción de conocimientos, incluidas la investigación demográfica y la comunicación.

En resumen, la comunicación para el cambio social y la comunicación en población pueden ser herramientas poderosas para abordar y modificar fenómenos demográficos como la migración, la baja fecundidad o el embarazo en la adolescencia, por solo poner algunos ejemplos.

NOVEDADES EN POBLACIÓN

http://www.novpob.uh.cu

Sin embargo, es importante tener en cuenta que la efectividad de estas estrategias dependerá en gran medida del contexto específico y de la capacidad de adaptar las estrategias de comunicación a las necesidades y características de la comunidad objetivo.

Referencias bibliográficas

- 1.Aja, A. (2021). Política de Población. Experiencias desde Cuba. *Novedades En Población*, 17(33). Recuperado de: <https://revistas.uh.cu/novpob/article/view/444>
- 2.Ángel, A. y Barranquero, A. (2016). Mapa de objetos y perspectivas en comunicación, desarrollo y cambio social. *Universitas Humanística*, (81), 1- 20. Recuperado de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/11207>
- 3.Arriaga Sandoval, A. (1997) "Cambios en las políticas de población en el mundo", *Demos*, No. 10, Pp.41-42. México: CONAPO.
- 4.Barranquero, A. t Meda, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M. *Athenea Digital*, (15), 139-70. Recuperado de: <https://atheneadigital.net/article/view/v15-n1-barranquero-med>
- 5.Benítez Zenteno. (1999) "Cultura demográfica y educación". *Notas de Población*. No. 69. Santiago de Chile: CELADE.
- 6.Boongarts, J. and Watkins, S. C. (1996). "Social interaction and contemporary fertility transitions". *Population and Development Review*, 22 (4).
- 7.Bonilla, J. I., Marión, M., Rincón, O.G. y Zuluaga, J. (2012). *De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Mapa de los estudios y de las*

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

tendencias de ciudadanos mediáticos en Colombia. Cali: Sello Editorial Javeriano.

8. Carlsson, G. (1966). "Decline of Fertility: Innovation or Adjustment Process". *Population Studies*, 20 (2).
9. Castañeda, M. (2005). *Comunicación y Desarrollo local*. Lima, Perú: Calandria.
10. De la Noval, L. A. (2020). *Conceptualización de un sistema de producción comunicativa desde un enfoque participativo en la radio cubana*. Tesis Doctoral. Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla. Recuperado de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/97980/Nova%20Bautista%2C%20Luis%20Alain%20de%20la%20Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
11. Del Valle, C. (2007). "Comunicación participativa: Aproximaciones desde América Latina". *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, 4, 113-30.
12. Edvany, M. y Santisteban, D. A. (2018). *Comunicación para el desarrollo: Conceptos*. Recuperado de: <https://vanyblue.wordpress.com/2018/09/17/comunicacion-para-el-desarrollo-conceptos/>
13. Gómez, G., De la Noval, L. A., y Guerra, L. (2022). Comunicación, desarrollo y cambio social, nombrando el campo. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(1). Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000100006&lng=es&tlng=es
14. Granados, A. (2009). Procesos comunicacionales, sociedad local y desarrollo. En Portal Moreno, R. et al. (Comp.), *Comunicación para el desarrollo. Selección de lecturas* (pp. 219-241). La Habana: Editorial Félix Varela.
15. Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30 (58), 26-39. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5706/570667390007.pdf>

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

17. _____ (2008). *Tres retos de la comunicación para el cambio social.* Contratexto, (16), 59-64. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5706/570667390007.pdf>
18. _____ (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación & Desarrollo*, 12 (1), 2-23. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26800101>
19. Gumucio, A. y Tufte, T. (2008) *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc. Recuperado de: <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/eecb1bf1-6422-492b-bdd9-bc5e97c3b7b1/content>
20. Martínez, O.G., Guzmán, C.H. y Lara, G.L. (2023). Una revisión sistemática de la comunicación para el cambio social (2015-2021). *Cuadernos.info*, (55), 332-354. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.55.56201>
21. Mattelart, A. (1991). "La recepción: el retorno al sujeto" Revista Diálogos de la comunicación, No. 30, pp. 10-17, Lima: Felafacs.
22. _____ (1987). *Pensar sobre los medios*. Madrid: Editorial Fundesco.
23. Medina, I. (2005). *Desde el otro lado. Aproximación a los estudios latinoamericanos sobre recepción*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
24. Obregón, R. (2007). *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
25. PCC (2020) Conceptualización del modelo económico y social cubano de desarrollo socialista. Recuperado de: <https://pcc.cu/sites/default/files/documentos/2023-06/conceptualizacion-del-modelo-economico-y-social-cubano-de-desarrollo-socialista-y-lineamientos-de-la-politica-economica-y-social-del-partido-y-la-revolucion-para-el-periodo-2021.pdf>

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

26. Pérez, G.J., Cataño, M.M. y Franco, F.P. (2009) "Comunicar para el cambio social. Una comunicación ética y política". Entrevista con Alfonso Gumucio Dagron. *Signo y pensamiento*, ISSN 0120-4823, Vol. 28, Nº. 55, 2009 (Ejemplar dedicado a: Ética en la información, comunicación y lenguajes: retos de responsabilidad social), págs. 278-290. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3178530>
27. PNUD. (2011). *Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas.* Nueva York. Recuperado de: <https://unsdg.un.org/sites/default/files/c4d-effectiveness-of-UN-SP.pdf>.
28. Peña, S., Lazcano, I., y Larrondo, A. (2019). "Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital". *Andamios*, 16(40), 351-372. Recuperado de: <https://doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>
29. Rockefeller Foundation (1999). *Communication for social change: A position paper and conference report*. New York: Rockefeller.
30. Rodríguez, G. (2013). *De lo individual a lo social: Cambios en la fecundidad cubana*. La Habana: Centro de Estudios Demográficos (CEDEM).
31. Saladrigas, H., De la Noval, A. y Portal, R. (2021). La comunicación para el cambio social: una aspiración dentro del campo académico de la comunicación social en Cuba. *Estudios del desarrollo social: Cuba y América Latina*, 9 (2), 16-32. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2308-01322021000200008
32. Salazar, R. Á, Portal, R. y Fonseca, R. A. (2016). Contribuciones del paradigma cultural latinoamericano a la comunicación para el desarrollo. Antecedentes, textos y contextos de una relación fecunda. *Anagramas -rumbos y sentidos de la comunicación-*, 15 (29), 33-50. Recuperado de: <https://www.studocu.com/co/document/universidad-nacional-abierta-y-a->

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

[distancia/cultura-politica/dialnet-contribuciones-del-paradigma-cultural-latinoamericano-a-5710452/16453442](#)

33. Trinquette Díaz, D.E. (2019). Dinámicas de población, comunicación y sostenibilidad ambiental: nexos para el desarrollo. *Alcance*, 8(21), 126-142. Epub 01 de diciembre de 2019. Recuperado de:

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702019000300126&lng=es&tlang=es.](#)

34. _____ (2017). *Contar la sociedad: De la Demografía a la Comunicación. La comunicación sobre población en medios de prensa cubanos desde la influencia de mediaciones culturales y políticas* (Tesis doctoral). Centro de Estudios Demográficos (CEDEM). Universidad de La Habana.

35. Tuirán, R, (1996). "Cultura demográfica. Comunicación en población y procesos de difusión". *Revista DemoS*, No. 9 Pp 25-26. México: UNAM.

36. UNFPA (s/f) El enfoque basado en los derechos humanos. Recuperado de:
<https://www.unfpa.org/es/el-enfoque-basado-en-los-derechos-humanos>

37. Vidal, J.R. (2006). *Medios y Públicos: Un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.