

EL ENFOQUE DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA EL DESARROLLO Y SU PUESTA EN PRÁCTICA EN LOS MEDIOS COMUNITARIOS

Víctor Manuel Mari Sáez ¹

Resumen

El campo de la Comunicación para el Desarrollo, en su proceso de redefinición insiste, a partir de la década de los noventa del pasado siglo XX, en la importancia de la participación en los procesos sociales y comunicativos para que el desarrollo sea verdaderamente transformador. En esta línea se realizan a partir de esta década investigaciones que encuentran en la participación un elemento fundamental a tener en cuenta.

Por otra parte, los denominados medios comunitarios (radios, televisiones, telecentros) son, sin duda, impulsores privilegiados de la Comunicación Participativa para el Desarrollo. Desde sus orígenes, a finales de la década de los años cuarenta, hasta los trabajos teóricos de sistematización más recientes, de investigadores como Nicolas Jankowski (2002) y Peter Lewis (2008), los medios comunitarios se caracterizan por la centralidad que ocupa la participación de la ciudadanía no sólo en la construcción de los mensajes que se difunden, sino también en su gestión y en los procesos de cambio social que se impulsan desde estos medios.

Palabras clave

Comunicación para el Desarrollo, medios comunitarios, globalización, apropiación social, sistematización.

Abstract

The field of communication for Development, in its constant process of redefinition, stresses, since the 90's, the importance of participation in social and communicative processes in order to get a really transforming development. In this sense, studies carried out in these years focused on Participation as an important component to be considered.

On the other hand, the so called Community Media (radio stations, television, telecentres) are, without doubting, privileged driving forces of the Participatory Communication for Development. Since its origin at the end of the 40's to the most recent studies of systematization of Nikolas Jankowski (2002) and Peter Lewis (2008), the Community Media are characterized by the centrality of the participation of the citizenship not only in the creation of widespread messages but also in the management of these media and the processes of social change that they promote.

Key words

Communication for Development, Community Media, Globalization, social appropriation, systematization.

Aproximación al polémico y polisémico concepto de “Desarrollo”

De un modo metafórico, Wolfgang Sachs sugiere que el desarrollo, al igual que un majestuoso faro que guía a los marineros hacia la costa, fue la idea que orientó a las naciones emergentes en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial. Este autor plantea que, “independientemente de que fueran democracias o dictaduras, los países del Sur proclamaron el desarrollo como su aspiración primaria, después de haber sido liberados de su subordinación colonial. Cuatro décadas más tarde, gobiernos y ciudadanos tienen aún fijos sus ojos en esta luz centelleando ahora tan lejos como siempre: todo esfuerzo y todo sacrificio se justifica para alcanzar la meta, pero la luz continúa alejándose en la oscuridad” (Sachs, 1996:1). En esta línea, podemos decir, que esta conflictividad del término desarrollo continúa en nuestros días, más aún cuando lo abordamos desde la perspectiva comunicativa para el diseño o la evaluación de políticas de Comunicación para el Desarrollo.

Alfonso Dubois (2007) apunta que el concepto de desarrollo no tiene una definición única y cerrada, sino que ha sido objeto continuo de debate, con aproximaciones diferentes y, en muchos casos, divergentes. Por ello, en el estudio del desarrollo, es importante seguir los vestigios de su construcción conceptual, realizar una genealogía del término, para analizar las formas en que las diversas etapas del sistema-mundo capitalista ha ido cristalizando en las sucesivas capas que se pueden encontrar en él. Compartimos las dos consideraciones propuestas por Dubois (2007: 74) en el estudio del concepto de desarrollo. Por un lado, se trata de un concepto histórico y, por lo tanto, hay que tener en cuenta la influencia que sobre él ejercen el pensamiento y los valores dominantes en cada época. Y, en segundo lugar, el término *desarrollo* funciona como una *categoría de futuro*, en el sentido de que sobre él se proyectan los deseos y aspiraciones hacia los que se quiere orientar un determinado orden social.

Parafraseando a Herbert Marcuse en su definición de la tecnología, podemos decir que en el concepto de desarrollo se proyecta lo que una sociedad pretende hacer con las personas y con las cosas. De nuevo, encontramos un papel activo y performativo de los imaginarios construidos en torno al desarrollo, que influye en los modos en los que se orientan las prácticas sociales. Respecto a la primera acepción apuntada por Dubois, la historicidad que se ha ido proyectando sobre el concepto ha hecho que se recurra a adjetivos calificativos que acompañan al sustantivo *desarrollo* con el fin de anclar su enorme polisemia. De este modo, se ha ido hablando de desarrollo *endógeno*, desarrollo *sostenible*, desarrollo *humano*, desarrollo *integral*, *codesarrollo*, etc. como intentos de delimitación conceptual. Autores como Javier Erro (2002: 46) apuntan incluso hacia la emergencia

de un enfoque *postdesarrollista*, que sucede a los modelos precedentes, arremetiendo contra el propio concepto de desarrollo.

Es necesario, por tanto, tener presentes debates y polisemias apuntados en esta introducción. Los elementos centrales que van a centrar nuestra atención, de aquí en adelante, son dos. Por un lado, la consideración del papel central que juega la “participación” en la Comunicación para el Desarrollo, hasta el punto de pasar este término, a inicios de los noventa, a formar parte de las nuevas conceptualizaciones que surgen en el campo (Comunicación “Participativa” para el Desarrollo). En segundo lugar, nos centraremos en analizar la puesta en práctica de esta dimensión participativa en la praxis comunicativa de los medios comunitarios.

Modelos de Desarrollo y Modelos de Comunicación para el Desarrollo.

Es posible establecer vínculos entre las diversas etapas y visiones del desarrollo que se han ido sucediendo en los últimos sesenta años y las concepciones de la comunicación inherentes a cada una de ellas. Servaes (2003) establece tres grandes periodos en los que dividir la historia moderna del desarrollo y sus correspondientes visiones y prácticas de la comunicación:

1 Enfoque de la modernización (desde 1945 hasta 1965).

El paradigma de la modernización da por supuesto que el origen de la pobreza reside en el aislamiento de los países tercermundistas respecto a los valores y el bienestar social característicos de las sociedades avanzadas. Se basa en la transferencia de la tecnología y de la cultura sociopolítica desde las sociedades desarrolladas hacia las sociedades tradicionales. Jan Servaes y Patchanee Malikhao (2005) consideran que esta visión del desarrollo es de carácter economicista: se le concibe como un proceso unidireccional y evolutivo, donde el subdesarrollo es observable y medible en términos cuantitativos, en referencia a los desequilibrios entre las sociedades pobres/tradicionales y las ricas/modernas.

Desde este enfoque, los medios masivos y las tecnologías de la información son un medio para la difusión de innovaciones. Ayudan a que los mensajes diseñados desde los países del Norte sean diseminados entre un público al que se le persuade para que adopte determinadas estrategias de desarrollo. Como acertadamente indica Manuel Chaparro (2002: 57) el libro de Everett Rogers, *The Diffusion of Innovations* (1962), junto a los escritos de Schramm, se habían convertido en la nueva

Biblia de las políticas de desarrollo, que concebían como la introducción de nuevas ideas en sistemas sociales tradicionales para producir una mejora en los niveles de vida.

2 Enfoque de la dependencia (desde 1965 hasta principios de los ochenta).

Serán los países del llamado Tercer Mundo, la periferia del sistema-mundo dominante, quienes identifiquen las contradicciones de unos procesos de modernización que construyen desarrollo en el centro a costa de exportar subdesarrollo a la periferia. La teoría de la dependencia descubre el engaño del subdesarrollo como etapa, según las tesis de Rostow, cuestionando las bases del modelo modernizador.

La nueva mirada estructuralista a las relaciones económicas internacionales entre el centro y la periferia se articula desde Latinoamérica como respuesta al funcionalismo estadounidense, característico del enfoque modernizador.

En el plano comunicativo, la década de los setenta marca el fracaso de las políticas de desarrollo impulsadas hasta la fecha, así como la confrontación entre dos modelos de Comunicación para el Desarrollo contrapuestos: el enfoque modernizador y el enfoque de la dependencia. El modelo “modernizador” que se había impuesto no era democrático, y fueron los investigadores latinoamericanos los primeros en cuestionarlo y en influir de manera decisiva en un cambio que tendría en la figura de Luis Ramiro Beltrán a uno de sus principales catalizadores (Chaparro, 2002:58).

Desde la crítica inicial del venezolano Antonio Pasquali (1963) a los trabajos de inspiración freiriana de Juan Díaz Bordenave, Joao Bosco Pinto y Francisco Gutiérrez, se articula en los setenta un pensamiento comunicativo crítico latinoamericano que tiene los siguientes rasgos:

El cambio general de la estructura social constituye el prerequisite básico para lograr un desarrollo auténticamente humano y democrático.

Los adelantos tecnológicos en los campos de la agricultura y en otros sectores productivos no sólo no conducen necesariamente hacia la obtención de este desarrollo, sino que incluso pueden impedirlo, al fortalecer aún más a las élites conservadoras dominantes. La comunicación no sólo es incapaz, por naturaleza, de generar desarrollo nacional, sino que a menudo actúa en su contra, en

favor de las minorías gobernantes.

La propia comunicación está tan sometida a los arreglos organizativos predominantes en la sociedad, que difícilmente se puede esperar de ella que actúe independientemente como un contribuyente primordial a una profunda y amplia transformación social (Beltrán, 1985: 79-80).

3 Enfoque de la multiplicidad (desde los años 80 hasta la actualidad).

El nuevo concepto de desarrollo pone el énfasis en la identidad cultural y en la multidimensionalidad. El emergente contexto mundial está afectado por múltiples crisis (económicas, financieras, sociales, políticas, morales, ecológicas) tal y como Beck ha definido en su *Sociedad de riesgo*. Desde el nuevo marco teórico, el centro y la periferia deben estudiarse por separado y en sus mutuas relaciones y múltiples planos (global, nacional y local). En síntesis, el desarrollo debe conducir a un cambio estructural, y para ello tienen que ponerse en marcha transformaciones a varios niveles.

No hay que perder de vista que la importancia dada a la cuestión cultural en este tercer enfoque abre la puerta a la posibilidad de redescubrir la participación como un elemento central, tanto en el plano comunicativo como en el sociopolítico. Pero es cierto que se corre el riesgo de impulsar una mirada reduccionista hacia lo cultural, que no integre suficientemente las dimensiones económicas y políticas.

Por ello, es importante complementar las etapas propuestas por Servaes con la periodización de Francisco Sierra (2004: 94-95) más atenta a los cambios sistémicos y políticos en el terreno comunicativo. Para él, el modelo dominante del Sistema Mundial de Información se puede subdividir en las siguientes etapas:

- 1 La etapa diplomática (1945-1973), marcada por la concepción de los medios de comunicación como soportes estratégicos de la política exterior estadounidense y como componentes de la doctrina de seguridad nacional en la defensa de los intereses y el modo de vida americanos.
- 2 La crisis del sistema mundial de dependencia, también denominada etapa del giro tercermundista (1973-1980) en la que los países del Sur cuestionarán el orden mundial de la comunicación y sus desequilibrios en relación a las necesidades de desarrollo local de los

países menos favorecidos.

- 3 La reestructuración de la hegemonía estadounidense (1980-1991) liderada por el movimiento conservador iniciado en Inglaterra y Estados Unidos por Margaret Thatcher y Ronald Reagan, que imponen la doctrina del libre flujo de información.
- 4 La era del Nuevo Orden Mundial de la Globalización capitalista (desde 1991 hasta la actualidad) en la que se impulsa la Nueva Infraestructura de la Información impulsada por Al Gore y asumida por el G7 como marco doctrinario de construcción de una red mundial de telecomunicaciones.

Una vez establecidas las dos periodizaciones en torno a los modelos de desarrollo y a las prácticas comunicativas vinculadas a ellos, nos detenemos a explorar las características específicas del enfoque de la Comunicación Participativa para el Desarrollo.

Desarrollo participativo y comunicación participativa en los noventa

En la década de los noventa se continúa con la necesidad de adjetivar el término desarrollo, con el fin de superar las limitaciones y errores de periodos anteriores. La nueva formulación del desarrollo humano impulsada desde el PNUD incluye, adicionalmente, el carácter participativo que debe tener este proceso. Así, en la formulación de Hamelink (2000), el desarrollo humano se caracteriza por:

1. La equidad en el acceso a los recursos.
2. La sostenibilidad de los recursos y las instituciones.
3. La adquisición y difusión del saber para la responsabilización del ser humano.
4. La participación.

Como sugiere Juan Carlos Miguel de Bustos (2007), el cuarto elemento constitutivo de este nuevo paradigma es la participación, entendida como un fin en sí misma, a la que vez que como un medio para alcanzar otros objetivos. Desde el punto de vista de la investigación en comunicación, se realiza en estos años balances sobre los paradigmas más utilizados en los trabajos académicos sobre Comunicación para el Desarrollo.

Una de las revisiones teóricas más amplias y sistemáticas es la de Jo Ellen Fair (1989). En este trabajo, su tesis doctoral, analiza 224 estudios de Comunicación y Desarrollo publicados entre 1958 y 1986. Este es un periodo de entusiasmo y optimismo ante el potencial de la comunicación para impulsar políticas de desarrollo, marcado por el influjo de las tesis difusionistas y modernizadoras

de Lerner. Se confía en que, mediante la introducción de los medios de comunicación en las sociedades *subdesarrolladas*, se generen transformaciones individuales y sociales que permitan pasar de unas sociedades tradicionales a otras sociedades modernas.

En un trabajo posterior, realizado junto a Hemant Shah (1998) incorpora, en su revisión histórica, el periodo comprendido entre 1987 y 1996. En esta segunda época desaparece el enfoque de Lerner como paradigma dominante. El marco teórico usado con más frecuencia es del desarrollo participativo, y se encuentra una diversidad teórica mayor en los paradigmas utilizados.

Otra investigación en la que se lleva a cabo una revisión de los modelos de Comunicación para el Desarrollo implícitos tanto en el marco teórico como en los proyectos implementados en la práctica es la realizada por Nancy Morris (2003, 2005). Esta autora analiza 23 artículos y trabajos de campo basados en el modelo de difusión, y otros 13 realizados desde el enfoque de la participación. Tomando este trabajo como punto de partida, de Bustos (2007) elabora una tabla comparativa entre las estrategias llevadas a cabo desde cada uno de estos modelos. Frente a la visión exógena y elitista de la Comunicación para el Desarrollo presente en el modelo difusionista, se comprueba que el modelo participativo supone una radical transformación en aspectos como la concepción de la comunicación, los fines del desarrollo, los instrumentos utilizados o el papel de los profesionales, por mencionar solamente algunos de los indicadores analizados en la tabla que figura a continuación.

Tabla 1. Comparación de estrategias Modelo de difusión y modelo de participación
 Juan Carlos Miguel de Bustos (2007)

	Difusión	Participación
Definición de la comunicación	Transferencia vertical De arriba abajo	Horizontalidad Información como intercambio y diálogo
Utilización de la información	Diseminación por medio de los mass media	Participación a nivel local Comunicación interpersonal Utilización de los medios de comunicación
Problema	Falta de información	Desigualdades
Fin del desarrollo	Cambio comportamental con relación a un objetivo determinado	Objetivo determinado y/o emancipación Equidad Democratización Aumentar la capacidad organizativa

Medios	Cambio en conocimiento y actitudes El objetivo es fundamental	Información/intercambio El proceso es esencial.
Marco	Modernización Difusión de innovaciones	Cambio social Movilización social Participación
Autores	Rogers Lerner Schramm	Freire Servaes
Instrumentos	Medios de comunicación Marketing social Entretenimiento educativo	Asambleas y encuentros Medios de comunicación Marketing social Entretenimiento educativo
Ámbito de actuación	Aproximación no holística Sólo se estudian las cuestiones de comunicación	Holística Se estudian las necesidades, los objetivos, los medios para conseguirlos y también los aspectos de comunicación
Papel de los profesionales	Se implementa el plan de comunicación por profesionales, sin contar con las personas destinatarias del mismo	Los profesionales conjuntamente con la comunidad diseñan la implementación del plan.
Comunicación del diagnóstico	Los resultados del diagnóstico son elaborados desde el exterior y comunicados a los organismos con los que tienen relación. No siempre se transmiten a la comunidad receptora.	Los resultados del diagnóstico son presentados por la comunidad y por lo tanto conocidos por ella.

Fuente: Síntesis de J.C. Miguel de Bustos (2007) a partir de Van der Stichele (1998) y Norris (2003).

Un tercer trabajo de síntesis y de sistematización de los modelos de Comunicación para el Desarrollo presentes en investigaciones históricas y recientes es el elaborado por Carlos del Valle (2007). En este caso, la revisión teórica se centra en los principales autores que han realizado su investigación en el campo de la comunicación participativa elaborada específicamente desde América Latina.

Para ello, se ha recurrido a la revisión de un *corpus* teórico compuesto por los trabajos de catorce autores fundamentales del campo: Rosa María Alfaro, Sally Burch, Manuel Calvelo, Antoni Castells, Andrés Geerts, Alfonso Gumucio-Dagron, Gabriel Kaplún, Claudia Magallanes, Jesús Martín Barbero, Armand Mattelart, José Ignacio Porras, José Manuel Ramos y Clemencia Rodríguez.

Del Valle, a partir de este trabajo de revisión, entiende la comunicación participativa como una

reflexión enmarcada en el contexto del desarrollo, que involucra dos problemáticas:

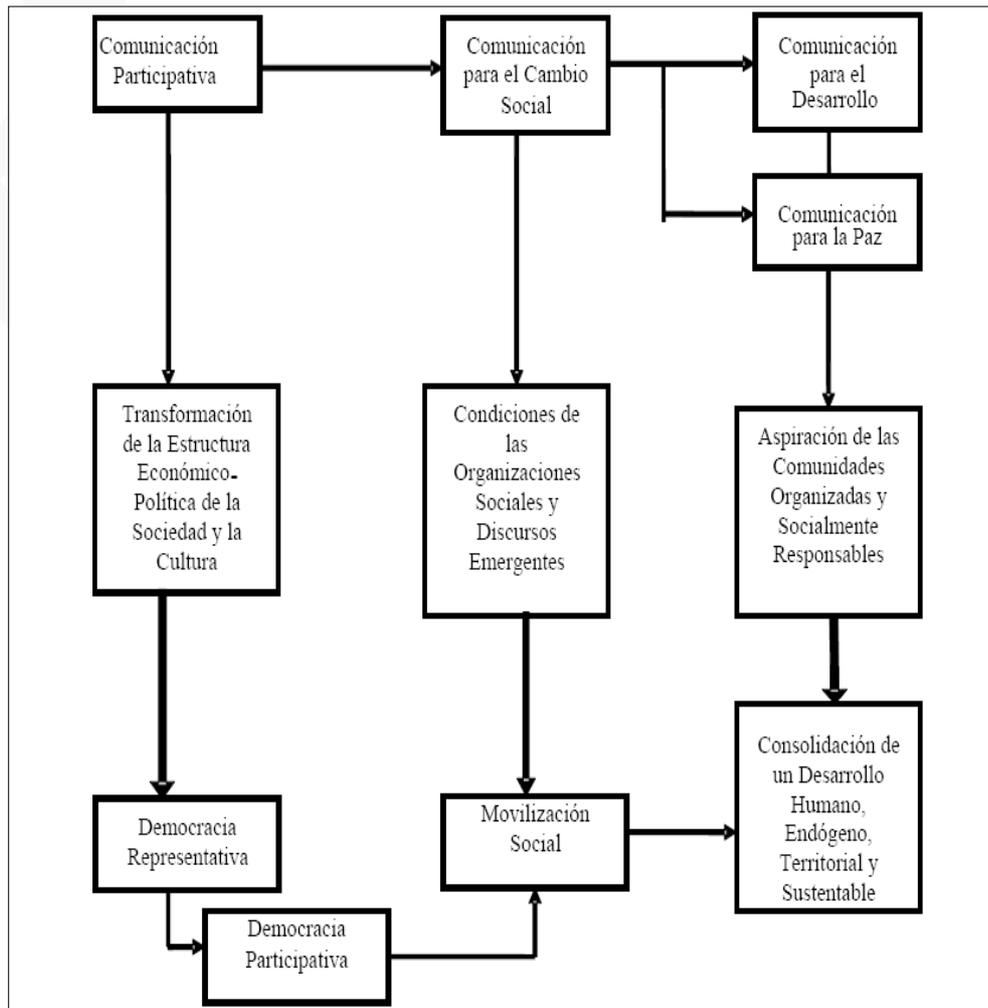
- ✘ La problemática del poder, pues al proponer la democracia participativa reubica el poder y la toma de decisiones.
- ✘ Una problemática de la identificación, pues para el ejercicio de la participación de las comunidades hace falta recuperar las capacidades autoorganizativas y las dinámicas culturales.

Para Carlos Del Valle, hablar de comunicación participativa supone pasar:

- ✘ De la lógica vertical a la horizontal.
- ✘ De los productos a los procesos.
- ✘ De las propuestas a corto plazo a las propuestas a largo plazo.
- ✘ De las dinámicas individuales a las colectivas.
- ✘ De las condiciones de las entidades que financian a las necesidades de las comunidades.
- ✘ Del acceso a la participación.
- ✘ De la instrucción difusional a la educación comunicacional (Del Valle, 2007:19).

El investigador chileno sintetiza su investigación en un mapa conceptual en el que es posible observar las relaciones multidimensionales que guarda la comunicación participativa con las necesarias transformaciones en las estructuras de poder, con los discursos y prácticas de las organizaciones sociales, con los procesos inherentes a las democracias participativas y con las movilizaciones sociales, por citar algunas de las más importantes.

Tabla 2. Relaciones multidimensionales de la Comunicación Participativa



Retomamos el hilo argumental sobre el que estábamos reflexionando, vinculado a las reformulaciones que se producen en el campo de la Comunicación para el Desarrollo desde los noventa. Es un periodo de encrucijadas, en el que las aproximaciones teórico-prácticas que habían tenido lugar en las décadas anteriores son sometidas a revisión. Como apuntan Oscar Hemer y Tomas Tufté (2005), en un periodo en el que las tecnologías están evolucionando, las sociedades sufren intensos procesos de transformación y la globalización afecta a múltiples niveles, la Comunicación para el Desarrollo se ve envuelta en estos mismo procesos, como herramienta y como subdisciplina de la comunicación centrada en los procesos de cambio social.

Después de haber hecho mención al impulso del enfoque participativo a partir de la década de los noventa, ofrecemos una definición de Comunicación para el Desarrollo en la que se recogen tanto las reivindicaciones más clásicas como las nuevas aportaciones del enfoque crítico de esta perspectiva comunicativa, orientadas al cambio social. Para Sierra Caballero (2006:27):

“La Comunicación para el Desarrollo es la investigación aplicada que tiene por fin el estudio, análisis y planeación de las políticas y modelos de comunicación para el cambio social, mediante la integración de los sistemas de información y comunicación públicos, así como los recursos tecnológicos y las culturas populares, en la acción y gestión comunitaria local, socializando los recursos de expresión e identificación grupales y colectivos entre las redes sociales”.

Desde esta perspectiva, el conocimiento teórico-metodológico y la evaluación práctica de este campo científico comprende:

- 1 Las políticas de comunicación y su impacto en los procesos de integración y desarrollo sociocultural.
- 2 Las formas de vertebración solidaria y equilibrada de la cultura local a través de los medios y mediaciones informativas.
- 3 La participación y democracia cultural en la construcción de la ciudadanía
- 4 La planificación de redes sociales y de comunicación participativa para el desarrollo endógeno.
- 5 La comunicación alternativa y la organización de medios comunitarios para la movilización y apropiación colectiva del hábitat social.
- 6 La comunicación y educación popular.
- 7 La apropiación de las tecnologías y medios convencionales de comunicación por los movimientos sociales.
- 8 La planificación estratégica de la comunicación para el cambio social.

En esta conceptualización de la Comunicación para el Desarrollo quedan superados el enfoque modernizador y el enfoque cultural, para ubicar las prácticas tecnocomunicativas en un horizonte de transformación local y global, que incluye a las redes críticas formadas por las administraciones y el Tercer Sector. Una comunicación estrechamente vinculada al ejercicio de la ciudadanía y a la reformulación de nuevos modelos de democracia acordes con las transformaciones sociopolíticas y tecnológicas.

De este modo finalizamos el primer apartado de nuestro trabajo, para dar paso al segundo aspecto enunciado en los preliminares: el modo en el que se concreta el nuevo enfoque de la Comunicación Participativa para el Desarrollo en el terreno específico de los medios comunitarios.

Los medios comunitarios como impulsores de la comunicación participativa para el Desarrollo.

La Comunicación para el Desarrollo, en general, y los medios comunitarios, en particular, son una referencia paradigmática de la praxis tal y como fue definida por Paulo Freire. Para él, la praxis es la reflexión y la acción de los hombres sobre el mundo para transformarlo, y presupone la integración de estos dos momentos de la acción educativa y comunicativa transformadora. Pues

bien, podría aplicarse este doble movimiento (práctico y teórico) a la construcción de la Comunicación Participativa para el Desarrollo: surge, en los primeros momentos, como una práctica de comunicación que posteriormente será sistematizada y teorizada.

Entre las experiencias pioneras en este campo se pueden situar, en la década de los cuarenta del pasado siglo XX, las iniciativas radiofónicas que surgen paralelamente en Colombia y Bolivia. La colombiana Radio Sutatenza (1947) tendrá el honor de ser la primera radio comunitaria. Creada por el sacerdote católico José Joaquín Salcedo, surgirá como una iniciativa de educación popular. Por otra parte, en Bolivia, en el año 1949, se crean las radios mineras, impulsadas por la Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB), una experiencia que, en los años setenta, será estudiada como modelo de comunicación democrática y participativa. Para Gumucio (2001) el caso de las radios mineras de Bolivia es paradigmático, en la medida en que la comunicación alternativa que proponen reside en la apropiación de las herramientas comunicativas para el beneficio de los sectores marginados de la sociedad.

El *concepto de medios comunitarios* va más allá del sentido instrumental y tecnológico del término. No es sólo una cuestión de instrumentos. La apropiación implica recuperar el protagonismo de la ciudadanía en el proceso comunicativo, incluyendo la elaboración de contenidos y la gestión del propio medio de comunicación. En este sentido, en una revisión reciente de esta experiencia pionera de las radios mineras bolivianas, Karina Herrera (2006) sintetiza sus rasgos fundamentales:

- × Su anticipación utópica/práctica respecto al momento de la sistematización teórica.
- × Su adopción espontánea y natural del modelo participativo.
- × Su determinación contrahegemónica.
- × Su capacidad de incidencia política y social desde la comunicación.
- × Su capacidad autogestionaria y autónoma.
- × Su apertura a la comunicación popular y alternativa.
- × Su fortalecimiento de las demandas de expresión de los sectores populares locales.
- × Su propuesta democratizadora del uso de la palabra.
- × Su contribución a la construcción ciudadana desde la comunicación.
- × Su efecto de imitación en otros sectores populares (fábricas, campesinos) (nota al pie).

Entre los investigadores y comunicadores vinculados al movimiento de medios comunitarios hay un alto grado de consenso en cuál es la lógica específica y diferenciadora de estos medios. Frente a la lógica de la mercantilización (propia de los medios comerciales) y de la intervención estatal (propia de los medios público-gubernamentales), los medios comunitarios se caracterizan, para Michel Sénechal (1986), por funcionar desde la lógica de la *apropiación social*.

Esta lógica, articulada sobre el cambio social, la encarnan los movimientos sociales y culturales de

oposición y protesta. Dichas minorías no luchan solamente porque se respete el derecho de la información y la comunicación, sino por todos los otros derechos fundamentales y democráticos (salud, trabajo, vivienda, situación de la mujer, luchas urbanas, ecologistas, antinucleares, pacifistas, homosexuales, etc.)...No persiguen tanto el acceder a los medios informativos y hacer oír su voz en el concierto de las voces del poder y de las gentes acreditadas para hablar por los demás, como el realizar innovaciones a nivel de los modos de comunicación, o hasta en ocasiones, sencillamente, el crear, a través de la fabricación de un diario o la confección de un videograma, una red de lazos” (Séneal, 1986: 62).

Podemos releer, en el esquema de análisis de Séneal, una relación analógica respecto a los tres sectores enunciados por Nerfin. El Tercer Sector “comunicativo” se caracteriza, específicamente, por impulsar propuestas regidas por la lógica de la apropiación social. Esto implica conectar el trabajo comunicativo con los procesos sociales que conducen a ganar más espacio y más calidad democrática. Una lógica que pone el énfasis en los procesos (Mario Kaplún, 1998) y en los vínculos y redes construidos, más que en la calidad intrínseca de los productos comunicativos. En el capítulo final de su libro, dedicado a las conclusiones, Séneal pone el dedo en la llaga de unos riesgos y limitaciones que han ido apareciendo en el seno de los medios comunitarios: el deslumbramiento que suscitan los instrumentos tecnológicos, y la marginación a la que se ve sometido el proyecto comunicativo y político de democratización de la comunicación:

“Ya es hora de que la alternativa en las comunicaciones deje de definirse únicamente a partir de los instrumentos empleados, tal y como se consagra en las expresiones “medios alternativos” en oposición a medios de masas. Más allá de los instrumentos o recursos, esta definición debería corresponder más bien a un proyecto de mayor alcance. Un proyecto de democratización de la palabra pública, de adquisición del derecho a producir nuestra propia información, de una práctica alternativa de los medios de comunicación” (Séneal, 1986, p. 150).

Por desgracia, la historia de los medios comunitarios no asegura la plena correspondencia entre la etiqueta de “medios alternativos” y el impulso de procesos de democratización de la comunicación. En más ocasiones de las deseadas se ha llevado a cabo en estos medios el mismo monopolio de la palabra y el ejercicio de comunicaciones “bancarias”. En esta línea, Rafael Roncagliolo (1999, en Chaparro, 2002), lúcida y críticamente, prefiera hablar de medios *alterativos* en lugar de alternativos, porque sus objetivos fundamentales son los de alterar el orden social y preocuparse por la alteridad, por el otro. Lo central, por tanto, es el grado de incidencia social que tiene un medio comunitario entre la ciudadanía, su capacidad de democratizar las comunicaciones y de revitalizar la participación social, especialmente a través de unas mediaciones comunicativas que sirven, a su

vez, de mediación social para la integración de sectores y colectivos excluidos socialmente.

De un modo más explícito, Nicolas Jankowski (2002:7) enumera los rasgos específicos que sirven para caracterizar a un medio comunitario:

- 1 Sus objetivos, que consisten en ofrecer información relevante para responder a las necesidades de los miembros de la comunidad, para empoderar a los sectores más débiles.
- 2 Su propiedad y control, a menudo compartida por vecinos, gobierno local y organizaciones de base.
- 3 Sus contenidos, producidos y orientados hacia lo local.
- 4 Su modo de producción, ejecutada por voluntarios no profesionales.
- 5 Sus audiencias, predominantemente locales, reducidas y circunscritas a una zona geográfica específica, excepto en el caso de las redes electrónicas de medios comunitarios, con un grado mayor de dispersión y amplitud.
- 6 Su financiación, que suele incluir algún apoyo de subvenciones públicas, apoyo publicitario, aunque se trata de medios regidos por un modelo no comercial.

Como podemos observar a partir de esta enumeración, no basta con cambiar el tipo de contenidos para encontrarnos frente a un medio comunitario alternativo. Los cambios deben llegar, también, a la estructura de la propiedad del medio, que deberá ser autogestionada por los propios movimientos sociales. Del mismo modo que las fuentes de financiación y los procesos de producción deben mostrar rasgos distintivos frente al modelo de medio de comunicación comercial y de titularidad gubernamental.

Peter Lewis (1993) da un paso más a la hora de perfilar los elementos que caracterizan la alternatividad de un medio. Lewis se preguntará “¿respecto a qué?” se define como alternativo dicho medio. Y la respuesta va encaminada a señalar una serie de indicadores que permitirán evaluar los rasgos distintivos de estos medios, frente a los medios comerciales y a los medios de titularidad pública.

1. El motivo de su puesta en marcha, alejado de los fines comerciales y próximo a unos objetivos humanitarios, culturales o educativos.
2. La estructura organizativa, que debe ser diferente en sus modos de funcionar.
3. Las prácticas profesionales, que permitan involucrarse a voluntarios y a ciudadanos de a pie, y que intentarán regirse por otros criterios para seleccionar los temas y su tratamiento.
4. La relación con su audiencia será diferente a la que proponen los medios comerciales y gubernamentales. Los objetivos de estos medios son definidos por las propias audiencias. Por otro lado, la composición de esta audiencia, su perfil sociodemográfico, también es diferente: gente joven, mujeres, población rural, etc.
5. La metodología de investigación que se utilizará para su estudio.

Conclusiones

El recorrido Efectuado en este trabajo, desde el análisis de la construcción teórica del campo de la Comunicación para el Desarrollo y desde la reflexión de las prácticas de los medios comunitarios, ha querido poner de relieve el lugar estratégico que ocupa la cuestión de la participación. No sólo a partir de la construcción, en los noventa, del enfoque de la Comunicación Participativa para el Desarrollo. Rastreado las prácticas pioneras de los primeros medios comunitarios, a finales de los años cuarenta del pasado siglo XX, se encuentra ya ahí, seminalmente, el valor central que se otorga a la participación en los procesos comunicativos y sociales.

Colocar la participación en el centro de las nuevas conceptualizaciones sobre la Comunicación para el Desarrollo y en el centro de las nuevas prácticas afecta, en primer lugar, a los modelos de comunicación implícitos en ellas. Requiere de una apuesta por los modelos dialógicos o sociopráxicos como los más coherentes y pertinentes para la emancipación social. Pero las novedades no se agotan ahí. La participación, como categoría central, debe llegar a los modos de gestión y de organización de los nuevos medios ciudadanos o comunitarios. A las metodologías empleadas para el diseño y evaluación de las prácticas sociocomunicativas impulsadas, con el fin de que se sitúen en la órbita de las metodologías participativas. En definitiva, la participación debe desbordar los límites del campo comunicativo y tecnológico, para impregnar el conjunto de prácticas sociales transformadoras que están vinculadas a las iniciativas comunicativas. Parafraseando a Richard Stallman (autor de software libre para una sociedad libre, 2004) hace falta una comunicación participativa para construir una sociedad participativa. Comunicación y Sociedad quedan, de este modo, relacionadas por la búsqueda prioritaria de la participación ciudadana en estas dos esferas indisolublemente unidas en la práctica.

Bibliografía

- Beltrán, L. "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina". En De Moragas, M. (ed.). (1985). *Sociología de las comunicaciones de masas*. Volumen I. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Berzosa, C. y Sampedro, J. (1996). *Conciencia del subdesarrollo, veinticinco años después*. Madrid, España: Taurus.
- Chaparro, M. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el Desarrollo e información audiovisual*. Barcelona, España: Los Libros de la Frontera.

- Del Valle, C. "Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina". *Redes.com*, 4, 113-130, 1997.
- Dubois, A. "Desarrollo". En Velorio, G. y López de Munain, A. (coords.). (1997). *Diccionario de Educación para el Desarrollo*. Bilbao, España: Hegoa.
- Erro, J. (2002). *El trabajo de comunicación en las ONGD del País Vasco*. Bilbao, España: Hegoa.
- Escobar, A. (1998). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y reconstrucción del desarrollo*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Fair, J. "29 years of theory and research on media and development: the dominant paradigm impact". *Gazette*, 44, 129-150, 1989
- Gumucio-Dagron, A. "Las cinco condiciones esenciales para las TICs en el desarrollo". En Girard, B. (Ed.). (2001). *Secreto a voces. Radio, NTICs e interactividad*. Roma, Italia: FAO.
- Hamelink, C. (2000). *The Ethics of Cyberspace*. Londres, Reino Unido: Sage.
- Herrera, K. (2006). *¿Del grito pionero...al silencio? Las radios sindicales mineras en la Bolivia de hoy*. La Paz, Bolivia: Fundación Friedich Ebert.
- Huesca, R. "Siguiendo el rastro de los enfoques de la Comunicación Participativa para el desarrollo: un acercamiento crítico". *Redes.com*, 4, 21-42, 2007.
- Jankowski, N. (2002). *Community Media in the Information Age: perspectives and prospects*. New Jersey, EEUU: Hampton Press.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, España: Ediciones de la Torre
- Lewis, P. (1993). *Alternative Media: Linking Global and Local*. Paris, Francia: UNESCO.
- Lewis, P. (2008). *Promoting social cohesion. The role of community media*. Estrasburgo, Francia: Consejo de Europa.
- Marí, V. (Coord.). (2004). *La Red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid, España: Editorial Popular.
- Marí, V. "Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet". *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 22, 453-471, 2007.
- Marí, V. (2009). *Capital informacional y apropiación social de las nuevas tecnologías de la información. Análisis de los usos y prácticas ciudadanas de Internet en Jerez de la Frontera (Cádiz, España)*. Tesis Doctoral, Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España.
- Miguel de Bustos, J. (2007). *Comunicación Sostenible y Desarrollo Humano en la Sociedad de la Información*. Madrid, España: AECL.
- Morris, N. "Comparative Analysis on the Difussion and Participatory Models in Development Communication". *Communication Theory*, 13, 225-248, 2003.
- Nerfin, M. (1988): *Ni príncipe ni mercader, ciudadano*. Lima, Peru: Socialismo y Participación.

Neveu, E. y Mattelart, A. (2004). *Introducción a los Estudios Culturales*. Barcelona, España: Paidós.

Palazuelos, E. (1990). *Estructura económica capitalista internacional. El modelo de acumulación de posguerra*. Madrid, España: Akal.

Roncagliolo, R. “Las redes de cooperación y la radio comunitaria”. En Chaparro, M. (Ed.). (1988). *La democratización de los medios*. Sevilla, España: Diputación de Sevilla/EMA-Rtv.

Rostow, R. (1961). *Las etapas del crecimiento económico*. México: Fondo de Cultura Económica.

Sachs, W. (ed.) (1996). *Diccionario del Desarrollo. Una guía del conocimiento como poder*. Lima, Perú: PRATEC.

Sen, A. (1998). *Desarrollo y libertad*. Barcelona, España: Planeta.

Sénechal, M. (1986). *Televisión y radios comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social*. Barcelona, España: Mitre.

Servaes, J. (Ed.). (2003). *Approaches to Development Communication*. Paris, Francia: Unesco.

Servaes, J., y Malikhao, P. (2005). Participatory communication: the new paradigm?, en O. Hemer y T. Tufte (Eds.), *Media & Global Change. Rethinking Communication for Development*. Goteborg, Suecia: Nordicom.

Sierra, F. (2004). Sociedad de la Información y movimientos sociales. Alternativas democráticas al modelo de desarrollo social dominante, en V.M. Marí (coord.), *La Red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid, España: Editorial Popular.

Sierra, F. (2006). *Políticas de Comunicación y Educación. Crítica y Desarrollo de la Sociedad del Conocimiento*. Barcelona, España: Gedisa.

¹ Profesor de la Universidad de Cádiz, España. Su correo electrónico es: victor.mari@uca.es