

# Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?

Jan SERVAES & Patchanee MALIKHAO

## RESUMEN

El planteamiento fundamental es que no existen países o comunidades que funcionen de manera completamente autónoma y que sean completamente auto-suficientes y que tampoco existen naciones cuyo desarrollo esté exclusivamente determinado por factores externos. Cada sociedad es dependiente de alguna manera, ya sea en su forma o en su grado. La tesis general es que el cambio debe ser estructural y que debe ocurrir a niveles múltiples para poder alcanzar sus objetivos.

**Palabras clave:** Comunicación Participativa para el cambio social / Modelo Participativo.

## ABSTRACT

The main assumption is that there are no countries or communities which are completely autonomous and self-efficient nor countries in which development is exclusively determined by external factors. Each society depends, in certain ways of its shape and grade. The general thesis is that change must be structural and must occur in several levels to obtain its goals.

**Keywords:** Participatory Communication for the social change / Participatory Model.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación participativa requiere, antes que todo, cambios en la manera de pensar de los “comunicadores”. Los estímulos, los objetivos y las audiencias de los modelos de comunicación y desarrollo, combinados con la auto-valorización, los títulos y las inseguridades, quizás polvoreados de un asomo de benevolencia mal dirigida, a menudo se rinden a los “expertos” demasiado prolijos e intrometidos. Quizás esto se deba a que se necesita mucho más imaginación, preparación y ardua labor para alcanzar un aprendizaje dialogal. Es mucho más fácil preparar e impartir una cátedra.

Sin embargo, posiblemente exista una razón válida por la cual poseemos dos orejas y una sola boca. La comunicación entre personas no prospera con base en la habilidad de hablar rápido, sino en la de escuchar bien. La gente no es “afónica” porque no tiene nada que decir, sino

porque a nadie le interesa escucharla. La escucha auténtica alimenta mucho más la confianza que la charla incesante.

La participación, que necesita escucha y, además, confianza, ayudará a reducir la distancia social entre comunicadores y receptores, entre maestros y alumnos, entre dirigentes y seguidores y facilitará un intercambio más equitativo de ideas, conocimientos y experiencias. Sin embargo, la necesidad de escuchar no se limita únicamente a los que están del lado de los receptores. Debe involucrar tanto a los gobiernos como a los ciudadanos, a los pobres y a los ricos, a los planificadores y administradores y a su población meta.

## **DE LA MODERNIZACIÓN, PASANDO POR LA DEPENDENCIA, HACIA LA MULTIPLICIDAD**

En los años 1950 y 1960 la comunicación para el desarrollo ha sido generalmente recibida con entusiasmo y optimismo. A partir de las obras influyentes de los científicos estadounidenses Daniel Lerner (1958: comunicación y desarrollo en el Medio Oriente) y Wilbur Schramm (1964: el papel de los medios en el desarrollo nacional), los investigadores en comunicación han asumido que la introducción de los medios y de ciertos tipos de información educacional, política y económica al interior de un sistema social, pudiese transportar a individuos y sociedades desde la tradición hasta la modernidad.

Este optimismo estaba conforme al ‘Zeitgeist’ vigente después de la Segunda Guerra Mundial y del derrumbe del nazismo y del fascismo. La fundación de las Naciones Unidas estimuló las relaciones entre estados soberanos, especialmente entre Estados del Atlántico del Norte y las naciones en vías de desarrollo, incluyendo a los nuevos estados, emergiendo de su pasado colonial. Aunque la “guerra fría” nubló esta etapa de entusiasmo, las superpotencias -los Estados Unidos y la anterior Unión Soviética- trataron de expandir sus propios intereses hacia los países en desarrollo. Ambos empezaron a promover versiones encontradas de “porvenires modernos” en el así llamado Tercer Mundo.

De hecho, los Estados Unidos definían al desarrollo y al cambio social como la réplica de su propio sistema político-económico y como la apertura hacia sus corporaciones transnacionales. Al mismo tiempo, los países en desarrollo consideraban al “estado de bienestar” de las naciones del Atlántico del Norte como su objetivo máximo de desarrollo. Esas naciones estaban atraídas por la transferencia de la nueva tecnología y por el modelo de un estado centralizado con una planificación económica cuidadosa y consideraban a las burocracias centrales enfocadas hacia la agricultura, la educación y la salud, como las estrategias más eficaces para alcanzar el nivel de los países industrializados.

Esta visión principalmente económica del desarrollo, caracterizada por el endogenismo y el evolucionismo, finalmente resultó en la teoría de la modernización y del crecimiento. Esta teoría considera al desarrollo como un proceso unilineal y evolucionario y define a la situación de subdesarrollo en términos de diferencias cuantitativas observables entre los así llamados países ricos y pobres por un lado, y entre sociedades modernas y tradicionales por otro lado.

Como resultado de la “revolución” intelectual general que tuvo lugar a mediados de los años 60, esta perspectiva euro- o etnocéntrica del desarrollo fue cuestionada por científicos sociales latino-americanos y así nació una teoría en torno a la dependencia y el subdesarrollo. Este enfoque de la dependencia formaba parte de una reorientación estructuralista general de las ciencias sociales. Los ‘dependentistas’ estaban primordialmente preocupados por los efectos

de la dependencia sobre los países periféricos, pero estaba implícita en su análisis la idea de que desarrollo y subdesarrollo debían de ser interpretados en el contexto del sistema mundial.

Este paradigma de la dependencia jugó un papel importante en el movimiento en favor de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación entre fines de los años 60 y principios de los años 80. En aquel tiempo, los nuevos estados de África, Asia y el éxito de los movimientos socialistas y populares en Cuba, China, Chile y otros países realizaban los objetivos de la auto-determinación política, económica y cultural al interior de la comunidad internacional de naciones. Estas nuevas naciones compartían el deseo de independencia de las superpotencias y procedieron a formar las Naciones No Alineadas. El Movimiento de Países No Alineados definió al desarrollo como una lucha política.

Desde que la demarcación entre Primero, Segundo y Tercer Mundo ha sido abandonada y que la línea transversal centro-periferia se encuentra actualmente al interior de cada región, se necesita un nuevo concepto de desarrollo que enfatice la identidad y multidimensionalidad cultural. El mundo 'global' actual, tanto en general como en sus diferentes entidades regionales y nacionales, se enfrenta a crisis multifacéticas. Aparte de la obvia crisis económica y financiera, también nos podríamos referir a las crisis sociales, ideológicas, morales, políticas, étnicas, ecológicas y securitarias. En otras palabras, la perspectiva anterior de la dependencia es actualmente más difícil de sostener debido a la interdependencia creciente de las regiones, naciones y comunidades en nuestro mundo globalizado.

A partir de la crítica de los dos paradigmas arriba citados, particularmente la del enfoque de la dependencia, ha surgido una nueva visión sobre desarrollo y cambio social. El punto de partida común consiste en el examen de los cambios 'bottom-up', es decir a partir del auto-desarrollo y la comunidad local. La asunción fundamental es que no existen países o comunidades que funcionen de manera completamente autónoma y que sean completamente auto-suficientes y que tampoco existen naciones cuyo desarrollo esté exclusivamente determinado por factores externos. Cada sociedad es dependiente de alguna manera, ya sea en su forma o en su grado. Por esta razón se buscó un marco dentro del cual se pudiera estudiar tanto el Centro como la Periferia de manera separada y en su relación mutua, tanto a nivel global, nacional y local.

También se presta ahora mayor atención al contenido del desarrollo, lo cual implica un enfoque más normativo. Un desarrollo diferente cuestiona el hecho de si los países 'desarrollados' son realmente desarrollados y si este tipo de progreso es sostenible o deseable. La nueva visión favorece una multiplicidad de enfoques basados en el contexto y en las necesidades básicas, sentidas, y en el empoderamiento de los sectores más oprimidos de varias sociedades a niveles divergentes. La tesis general es que el cambio debe ser estructural y que debe ocurrir a niveles múltiples para poder alcanzar sus objetivos.

## **DIFUSIÓN VERSUS COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA**

La tipología arriba mencionada de los así llamados paradigmas de desarrollo (para más detalles, ver Servaes 1999, 2003) también están presentes a nivel de las comunicaciones y de la cultura. Los medios de comunicación son, en el contexto del desarrollo, generalmente utilizados para sostener iniciativas de desarrollo por medio de la diseminación de mensajes que instan al público a apoyar proyectos dirigidos hacia el desarrollo. Aún si las estrategias de desarrollo en los países en vías de desarrollo divergen mucho, el modelo usual utilizado en radio, televisión y

prensa ha sido predominantemente el mismo: informar a la población sobre proyectos, ilustrar las ventajas de estos proyectos y recomendar que se les apoye. Un ejemplo típico de tal estrategia se encuentra en el área de la planificación familiar, en donde medios de comunicación tales como posters, panfletos, radio y televisión tratan de convencer al público de aceptar métodos de control natal. Estrategias similares se utilizan para campañas sobre salud y nutrición, proyectos agrícolas, educación, etc.

Este modelo concibe al proceso de comunicación principalmente como un mensaje que va del emisor hacia el receptor. Esta visión jerárquica de la comunicación se puede resumir en la fórmula clásica de Laswell -- ‘Who says What through Which channel to Whom with What effect?’ -- ‘Quién dice Qué a través de Cuál canal a Quién y con Cuál efecto’, y que data de las investigaciones (sobre todo en Estados Unidos) sobre campañas y difusión a finales de los años 40 y en los años 50.

Se dice que fue el científico estadounidense Everett Rogers (1983) quien introdujo la teoría de la difusión en el contexto del desarrollo. Aquí la modernización es concebida como un proceso de difusión en el cual individuos avanzan desde un modo de vida tradicional hacia un modo de vida diferente, más técnicamente desarrollado y más rápidamente cambiante. Basándose primordialmente en investigaciones sociológicas en sociedades agrarias, Rogers recalca los procesos de adopción y difusión de la innovación cultural. Es por ello que este enfoque se encarga de manera más sistemática y planificada de los procesos de difusión y adopción de innovaciones. Los medios de comunicación masiva son importantes para promover la concientización sobre nuevas posibilidades y prácticas; sin embargo, al llegar a la fase en donde se deben tomar decisiones en cuanto a adoptarlas o no, la comunicación personal será mucho más influyente. De allí nuestra conclusión general de estas líneas de pensamiento: es menos probable que la comunicación masiva tenga efectos directos sobre el comportamiento social que la influencia personal.

Perspectivas más recientes sobre comunicación y desarrollo plantean que ésta es una visión limitada sobre comunicación y desarrollo. Argumentan que este modelo de difusión es vertical o que es una perspectiva uni-direccional sobre comunicación y que el desarrollo será principalmente acelerado a través del involucramiento activo en el proceso mismo de comunicación. La investigación ha demostrado que, mientras es cierto que grupos del público pueden conseguir información de fuentes impersonales tales como radio y televisión, esta información, sin embargo, tiene efectos relativamente reducidos sobre sus cambios de comportamiento. Ahora bien, el desarrollo precisamente quiere tales cambios. Investigaciones similares han llevado a la conclusión de que se aprende más de contactos interpersonales y de técnicas de comunicación masiva basadas sobre éstos. En el nivel más bajo, antes de poder discutir y resolver sus problemas, la gente debe ser informada de los hechos y esta información puede ser difundida por los medios a nivel nacional, regional y local. Al mismo tiempo, el público, siempre y cuando los medios sean suficientemente accesibles, puede dar a conocer sus necesidades de información. Teorías de la comunicación, tales como “difusión de innovaciones”, el “two-step-flow” (“flujo de dos pasos”), o los enfoques “extensionistas” son bastante congruentes con la teoría de la modernización arriba mencionada. La orientación verticalista o top-down elitista del modelo de difusión es obvia.

El modelo participativo, por otro lado, incorpora los conceptos en el marco de la multiplicidad. Acentúa la importancia de la identidad cultural de comunidades locales y de la democratización y participación a todos los niveles -internacional, nacional, local e individual. Este

modelo lleva a una estrategia, no meramente inclusiva de, sino ampliamente irradiando desde, los ‘receptores’ tradicionales. Paulo Freire (1983:76) se refiere a esto como al derecho de cada uno de decir de manera individual y colectiva su palabra: “Este no es el privilegio de unos cuantos hombres, sino que es el derecho de cada hombre y mujer. Como consecuencia, nadie puede decir solo una palabra verdadera —y tampoco la puede decir en nombre de otro, por medio de un acto prescriptivo que le robe a los demás sus palabras”.

Para compartir información, conocimientos, confianza, compromiso, y una actitud correcta en los proyectos de comunicación, la participación es muy importante en cualquier proceso de toma de decisión relacionado con el desarrollo. Por esta razón, la Comisión Internacional para el Estudio de Problemas de Comunicación, dirigida por el ya fallecido Sean MacBride, argumentaba que “era necesaria una nueva actitud para superar el pensamiento estereotipado y para promover un mayor entendimiento de la diversidad y la pluralidad, respetando plenamente la dignidad y la igualdad de los pueblos viviendo en diferentes condiciones y actuando de diversas maneras” (MacBride, 1980:254). Este modelo acentúa la colaboración recíproca a todos los niveles de la participación.

Estos enfoques más recientes también argumentan que el punto de partida debe ser la comunidad. Los problemas de las condiciones de vida se discuten a nivel de la comunidad y es a este nivel que se decide sobre las interacciones con otras comunidades. La forma más desarrollada de participación es la auto-gestión. Este principio implica el derecho de participación en la planificación y la producción de los contenidos de los medios de comunicación. Sin embargo, no todos desean o deben ser involucrados en su implementación práctica. Es más importante que la participación sea posible a nivel de la toma de decisiones en cuanto a los temas que serán tratados en los mensajes y en cuanto a la selección de procedimientos. Uno de los obstáculos fundamentales contra la decisión de adoptar la estrategia participativa consiste en que ésta significa una amenaza para las jerarquías existentes. Sin embargo, la participación no implica que especialistas del desarrollo, planificadores y dirigentes institucionales ya no tengan ningún papel. Sólo significa que los puntos de vista de los grupos locales del público son tomados en cuenta antes de que los recursos de los proyectos de desarrollo sean designados y distribuidos, y que las sugerencias de cambios políticos sean tomadas en cuenta.

## LOS DOS ENFOQUES PRINCIPALES DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Existen dos grandes enfoques en la comunicación participativa que hoy todo el mundo acepta como lógicos. El primero es la pedagogía dialogal de Paulo Freire (1970, 1973, 1983, 1994), y el segundo abarca las ideas de acceso, participación y auto-gestión articuladas en los debates de la UNESCO de los años 1970 (Berrigan, 1977, 1979). Cada proyecto de comunicación que se auto-nombra participativo acepta estos principios de comunicación democrática. Sin embargo, existe hoy en día una gran variedad de experiencias prácticas y de intenciones. Antes de ponernos a explorar estas diferencias es útil revisar brevemente los acuerdos comunes.

El argumento freiriano funciona por medio de una estrategia teórica dual. Insiste en que los pueblos subyugados deben ser tratados como sujetos plenamente humanos en cualquier proceso político. Esto implica comunicación dialogal. Aún si se inspira parcialmente en el existencialismo sartriano —respeto hacia la personalidad autónoma de cada ser humano—, su fuente más importante es una teología que exige respeto para la otredad —en este caso la de otro ser

humano. La segunda estrategia es un momento de esperanza utópica derivada del joven Marx que plantea que la especie humana tiene un destino más allá de la satisfacción de las necesidades materiales. También retoma de Marx la insistencia en soluciones colectivas. Las oportunidades individuales, enfatiza Freire, no son la solución a situaciones generalizadas de pobreza y subyugación cultural.

Estas ideas son profundamente impopulares en los círculos de las élites, incluso de las del Tercer Mundo; sin embargo, la noción freiriana de comunicación dialogal es ampliamente aceptada como una teoría normativa de comunicación participativa. Un problema con Freire es que esta teoría de comunicación dialogal está basada en un diálogo grupal, más que en medios tan amplios como la radio, la televisión y la prensa. Freire también le presta poca atención al lenguaje o a la forma de comunicación, dedicando la mayor parte de su discusión a las intenciones de los actos de comunicación.

El segundo discurso sobre comunicación participativa es el lenguaje de la UNESCO sobre auto-gestión, acceso y participación en la reunión de 1977 en Belgrado, anteriormente Yugoslavia. El informe final de esta reunión define estos términos de la siguiente manera:

- “Acceso” refiere al uso de los medios a favor del servicio público. Se puede definir en términos de oportunidades disponibles al público para escoger programas variados y relevantes y para tener medios de retroalimentación para transmitir sus reacciones y demandas a los organismos de producción.

- “Participación” implica un nivel más elevado de involucramiento público en los sistemas de comunicación. Incluye el involucramiento del público en el proceso de producción y también en la gestión y la planificación de los sistemas de comunicación. “Participación” puede ser solamente la representación y la consulta del público en la toma de decisiones.

- Por el otro lado, “auto-gestión” es la forma más avanzada de participación. En este caso, el público ejerce el poder de la toma de decisiones al interior de las empresas de comunicación y está también plenamente involucrado en la formulación de las políticas y de los planes de comunicación.

Acceso por parte de la comunidad y participación de la comunidad deben ser definidos como factores claves, tal como lo resume de manera elocuente Berrigan: “[Los medios comunitarios] son medios a los cuales los miembros de la comunidad tienen acceso, para su información, educación, entretenimiento, cada vez que desean este acceso. Son medios en los que la comunidad participa, como planificadores, productores, y actores. Son los medios de expresión de la comunidad y no para la comunidad” (Berrigan, 1979: 8). Refiriéndose a la reunión de 1977 en Belgrado, Berrigan (1979:18) relaciona (parcialmente) acceso con recepción de información, educación y entretenimiento considerados relevantes por la comunidad: “[Acceso] puede ser definido en términos de oportunidades disponibles al público para escoger programas variados y relevantes y para tener medios de retroalimentación para transmitir sus reacciones y demandas a los organismos de producción”.

Otros limitan acceso a los medios de comunicación masiva y lo consideran como “los procesos que permiten a los usuarios entregar insumos relativamente abiertos e ineditados a los medios de comunicación masiva” (Lewis, 1993: 12) o como “la relación con el público y con las instituciones radio-televisivas establecidas” (Prehn, 1991: 259). Tanto los enfoques dirigidos a la producción como a la recepción del ‘acceso’ se pueden considerar como relevantes para entender los ‘medios comunitarios’ y se incorporarán en la Tabla 1.

**TABLA 1: ACCESO Y PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD**

Producción de significado		Recepción de significado	
Acceso a la organización productora de contenidos		Acceso a los contenidos considerados relevantes	
‡	Posibilidad de producir contenido y que sea difundido	‡	Posibilidad de recibir e interpretar contenidos
Participación en los contenidos producidos			
‡	Co-decisión sobre contenidos generales		
Participación en la organización productora de contenidos			
‡	Co-decisión sobre la política	‡	Evaluación de los contenidos

Estas ideas son importantes y son ampliamente aceptadas como teoría normativa de comunicación participativa: forzosamente debe haber acceso y participación (Pateman, 1972). Sin embargo, se notan diferencias con Freire. El discurso de la UNESCO incluye la idea de una progresión gradual. Se puede conceder alguna dosis de acceso, pero la auto-gestión se puede posponer hasta algún momento en el futuro. La teoría de Freire no admite tal compromiso. O bien se respeta la cultura del otro o bien se cae otra vez en la dominación y en el 'dique' de la educación impuesta. El discurso de la UNESCO habla en términos neutros de 'el público'. Freire habla de los 'oprimidos'. Finalmente, el discurso de la UNESCO pone énfasis en la institución. Radio participativa y comunitaria significa una estación de radio que es auto-gestionada por los que participan en ella.

### COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA PARA EL CAMBIO SOCIAL

Participación significa una repartición más equitativa de tanto el poder político como económico, lo cual a menudo lleva a reducir los privilegios de ciertos grupos. Un cambio estructural significa redistribución del poder. En las áreas de la comunicación masiva, muchos expertos de la comunicación están de acuerdo que el cambio estructural debe ocurrir primero para poder establecer luego políticas de comunicación participativa. Mowlana y Wilson, por ejemplo, plantean: «Las políticas de comunicación son básicamente derivadas de las condiciones e instituciones políticas, culturales y económicas dentro de las cuales operan. Tienden a legitimar las relaciones de poder existentes en la sociedad y, por esta razón, no se les puede cambiar de manera sustancial sin que haya cambios estructurales fundamentales en la sociedad que permitan alterar estas relaciones de poder mismas» (1987: 143).

Por esta razón, el desarrollo del modelo de comunicación participativa debe implementarse conjuntamente con toda una serie de otros procesos de emancipación social a nivel local, nacional e internacional. Varios autores han tratado de resumir los criterios de tal modelo de comunicación. El científico latino-americano Juan Somavia (1977, 1981) enumera los siguientes componentes (ligeramente adaptados) como esenciales:

(a) Comunicación es una necesidad humana: La satisfacción de la necesidad de comunicación es tan importante para una sociedad como la preocupación por la salud, nutrición, vivienda, educación y trabajo. Junto con todas las otras necesidades, la comunicación debe habilitar a los ciudadanos a emanciparse completamente. El derecho a informar y a estar informado y el derecho de comunicar son derechos humanos esenciales tanto individuales como colectivos.

(b) Comunicación es un derecho humano delegado: Al interior de su propio contexto cultural, político, económico e histórico, cada sociedad debe ser capaz de definir de manera independiente las formas concretas de organización de su proceso de comunicación social. Puesto que existe una variedad de culturas, también puede haber una variedad de estructuras organizacionales. Pero, cualesquiera que sean las formas de la función de comunicación, siempre se deben priorizar los principios de comunicación y accesibilidad.

(c) Comunicación es una faceta del proceso de concientización, emancipación y liberación de la sociedad. La responsabilidad social de los medios en el proceso de cambio social es muy amplia. Efectivamente, después del período de educación formal, los medios son los agentes más importantes de educación y socialización. Son capaces de informar o desinformar, exponer o esconder hechos importantes, interpretar eventos de manera positiva o negativa, etc.

(d) El papel de la comunicación implica derechos y responsabilidades/obligaciones. Puesto que los medios ofrecen en realidad un servicio público, deben funcionar en el marco de una responsabilidad social y jurídica que refleje el consenso social de la sociedad. En otras palabras, no hay derechos sin obligaciones. Por esta razón, el derecho y la libertad de comunicar, deben ser enfocados desde una perspectiva triple: en primer lugar, es necesario que el público participe efectivamente en el campo de la comunicación; en segundo lugar, se necesita diseñar un marco dentro del cual esto se pueda hacer; y, en tercer lugar, los medios deben gozar de autonomía profesional y no estar sujetos a presiones económicas, políticas u otras.

En resumen, la comunicación participativa para el cambio social ve a la gente como el núcleo del desarrollo. Desarrollo significa elevar los espíritus de una comunidad local para que esté orgullosa de su propia cultura, intelecto y medio ambiente. El desarrollo busca educar y estimular a la gente para que sea activa en los mejoramientos individuales y comunitarios manteniendo siempre una ecología balanceada. La participación auténtica, aunque muy presente y aprobada en la literatura, no es del interés de todos. Debido a su concentración local, los programas participativos de hecho no son fáciles de implementar ni altamente predecibles ni fácilmente controlables.

## **DIFERENTES ‘TIPOS’ DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA**

A pesar de la aceptación amplia de las ideas de Freire y de la UNESCO, por parte de organizaciones de desarrollo e investigadores de la comunicación, sigue habiendo un abanico muy amplio de proyectos que se autodenominan “proyectos de comunicación participativa”. Es evidente que los medios participativos necesitan ser esclarecidos por medio de teorías descriptivas y



normativas. ¿Qué quiere decir ser participativo? Es necesario hacer mayores distinciones y argumentar más para poder analizar una variedad amplia de experiencias actualmente existentes y de intenciones políticas.

Una revisión de la literatura nos ofrece los siguientes tipos (Berrigan, 1979; Berque, Foy & Girard, 1993; Fraser & Restrepo, 2000; Girard, 1992; Lewis, 1993; O'Connor, 1988; O'Sullivan, 1979):

(1) Los medios participativos son organizados internamente según líneas democráticas (como cooperativas o colectivos de trabajadores);

(2) Los medios participativos son reconocidos por su oposición a las industrias culturales dominadas por las corporaciones multinacionales;

(3) Los medios participativos se relacionan con la liberación de grupos lingüísticos y étnicos después de una transformación social importante;

(4) La fuerte existencia de medios participativos se explica en términos de lucha de clases al interior de la sociedad;

(5) Los medios participativos pueden ser identificados como «moleculares» más que como «molares» (una colectividad o unidades individuales autónomas en lugar de una unidad homogeneizada y uni-dimensional);

(6) Los medios participativos (como el montaje de Eisenstein y el teatro de Brecht) por su diseño requieren la recepción creativa y variada de parte de su audiencia.

Reyes Matta (1986) plantea que la comunicación participativa es antes que nada una alternativa frente a los medios dominados por las corporaciones transnacionales. Este es el contexto en el cual cualquier alternativa debe operar. Tener éxito significa ganar contra las industrias de la cultura dominadas por las corporaciones transnacionales. La línea de pensamiento desarrollada por CINCO (1987) se desarrolla a partir de este planteamiento porque incluye un análisis estructural de las instituciones de la comunicación. Para los investigadores de CINCO, un medio es una alternativa si tiene una estructura institucional democrática. Aquí se oponen la propiedad y control externos a la comunidad al acceso y la participación en la organización de los medios por parte de la comunidad.

Legitimidad y credibilidad políticas pueden ser promovidas estableciendo la así llamada democracia participativa, es decir la construcción de una participación real del público. Esto sólo es posible si el sistema de comunicación es descentralizado. El control sobre la comunicación y la información no pueden ser el monopolio de uno o pocos segmentos de la sociedad. Desgraciadamente, los aspectos estructurales impiden generalmente realizar el ideal democrático. En la mayoría de los países en desarrollo, aún no se pone la primera piedra que deberá tender un puente sobre el abismo entre la élite en el poder y las masas. Por esta razón, para establecer la democracia participativa, es necesario hacer posible el diálogo entre las autoridades y el público, a nivel nacional, regional y local. En el sector político, esto se puede lograr por medio de partidos políticos, grupos de presión, grupos de acción cívica, movimientos ambientales, etc. Es decir que se necesitan tanto la credibilidad política y la identidad social y cultural de parte de la población como la conciencia de apoyo a sus objetivos de desarrollo.

Lewis (1993: 12) nos ofrece una descripción más elaborada (ligeramente adaptada por nosotros) de las diferentes áreas de los medios alternativos/participativos en la Tabla 2:

**TABLA 2: DEFINICIÓN DE MEDIOS ALTERNATIVOS/PARTICIPATIVOS**

Área	Ejemplo de área
Motivo o meta	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Rechazo de los motivos comerciales</li> <li>∑ Aserción de objetivos humanos, culturales, educacionales</li> </ul>
Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Rechazo de subsidios del estado o del municipio</li> <li>∑ Rechazo de entradas por anuncios publicitarios</li> </ul>
Exención regulatoria	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Supervisado por distintas instituciones</li> <li>∑ Independiente / “libre”</li> </ul>
Estructura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Organización horizontal</li> <li>∑ Permite participación ‘plena’</li> <li>∑ Democratización de la comunicación</li> </ul>
Crítica hacia prácticas profesionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Promover el compromiso voluntario</li> <li>∑ Acceso y participación para no profesionales</li> <li>∑ Diferentes criterios para selección de las noticias</li> </ul>
Contenido del mensaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Sustituir o contradecir discursos o representaciones dominantes</li> </ul>
Relación con la audiencia y/o consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Grado de control del usuario/consumidor</li> <li>∑ Permite que la audiencia/consumidores mismos articulen sus necesidades y objetivos</li> <li>∑ Democratización de la comunicación</li> </ul>
Composición de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Gente joven, mujeres, poblaciones rurales</li> <li>∑ Diversidad y multiplicidad</li> </ul>
Rango de difusión	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Local más que regional o nacional</li> </ul>
Naturaleza de la metodología de investigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Investigación cualitativa, etnográfica y a largo plazo</li> </ul>

El concepto de “medios comunitarios” (MC) demostró ser, en su larga tradición teórica y empírica, altamente elusivo. La multiplicidad de organizaciones de medios que llevan este nombre ha llevado a que la mayoría de los enfoques mono-teóricos se han centrado en ciertas características, ignorando otros aspectos de la identidad de los medios comunitarios. Este problema teórico lleva a la necesidad de utilizar diferentes enfoques para llegar a definir los medios comunitarios (Tablas 3 & 4), lo cual permitirá poner un énfasis complementario en diferentes aspectos de la identidad de los “medios comunitarios” (para más detalles, ver Carpentier, Lie & Servaes, 1991).

**TABLA 3: POSICIONAMIENTO DE LOS CUATRO ENFOQUES TEÓRICOS**

	Centrados en los medios	Centrados en la sociedad
Identidad autónoma de MC (Esencialista)	Enfoque I: Servicio a la comunidad	Enfoque III: Parte de la sociedad civil
Identidad de MC en relación con otras identidades (Relacionista)	Enfoque II: Una alternativa a la corriente dominante	Enfoque IV: Rizoma

**TABLA 4: RESUMEN DE LOS CUATRO ENFOQUES TEÓRICOS DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS**

Enfoques hacia los medios comunitarios	1	2	3	4
<p>Importancia de los medios comunitarios</p>	<p>Servicio a una comunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Validar y fortalecer la comunidad</li> <li>∑ Tratar la audiencia como ubicada en una comunidad</li> <li>∑ Haciendo posible y facilitando el acceso y la participación de miembros de esta comunidad</li> <li>∑ Tópicos que son considerados relevantes para la comunidad pueden ser discutidos por los miembros de esta comunidad</li> <li>∑ Abrir un canal de comunicación para los grupos mal representados, estigmatizados o reprimidos de la sociedad</li> </ul>	<p>Medios comunitarios como una alternativa a los medios de la corriente dominante</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Medios comunitarios muestran que la ‘tercera vía’ sigue abierta para las organizaciones de medios</li> <li>∑ Maneras alternativas de organización, y estructuras más balanceadas y/o horizontales siguen siendo una posibilidad real</li> <li>∑ Medios comunitarios pueden ofrecer representaciones y discursos que varían de los que surgen de los medios de la corriente dominante</li> <li>∑ Énfasis en auto-representación, resultando en una multiplicidad de voces de la sociedad</li> <li>∑ Diversidad de formatos y géneros – lugar para experimentar</li> </ul>	<p>Relacionar los medios comunitarios con la sociedad civil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Importancia de la sociedad civil (como tal) para la democracia, con los medios comunitarios como parte de la sociedad civil</li> <li>∑ Democratización de los medios en relación con la micro- &amp; macro-participación</li> <li>∑ Democratización a través de los medios: participación extensiva en debates públicos y oportunidades de auto-representación en la (o una) esfera pública</li> </ul>	<p>Medios comunitarios como rizoma</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>∑ Medios comunitarios como cruces en donde gente de diferentes tipos de movimientos y luchas se encuentran y colaboran</li> <li>∑ Profundizar la democracia al poner en contacto diversas luchas democráticas</li> <li>∑ Focalizar la fluidez y la contingencia de las organizaciones de medios</li> <li>∑ Cuestionar y destabilizar las rigideces y certidumbres de las organizaciones de medios públicas y comerciales</li> <li>∑ La elusividad hace difícil controlar a los medios comunitarios (como un todo) y encapsular-garantizar su independencia</li> </ul>

<p>Retos a los medios comunitarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Σ Dependencia hacia la comunidad</li> <li>Σ Despertar el interés de la comunidad en una comunicación en los sentidos mientras que el discurso de la corriente dominante se hace en un solo sentido</li> <li>Σ Falta de habilidades e interés en la comunicación en dos sentidos</li> <li>Σ Falta de tecnología que facilita la comunicación en dos sentidos</li> <li>Σ Reducción de la comunidad a su sentido geográfico, encierra los medios comunitarios en la posición de medios locales de pequeña escala, quitando gradualmente el énfasis en el papel de servicio hacia la comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Σ Falta de estabilidad financiera y organizacional, al ser organizaciones de pequeña escala, independientes y estructuradas horizontalmente</li> <li>Σ Articulados como no profesionales, ineficientes, limitadas en su capacidad de alcanzar amplias audiencias e igual de marginales que algunos grupos de la sociedad a los que se trata de dar una voz</li> <li>Σ Prioridad política baja debido a su 'marginalidad'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Σ Medios comunitarios como competidores entre medios comercialmente orientados</li> <li>Σ Rechazo a la publicidad como fuente principal de ingresos lleva a situaciones financieras inseguras</li> <li>Σ Peligros causados por un estado represivo</li> <li>Σ Luchando con cierto grado de ineficiencia</li> <li>Σ Hacer que funcione la democracia exige una atención constante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Σ No ser consciente de su papel como 'cruce'</li> <li>Σ Objetivos divergentes o conflictivos con organizaciones cívicas, amenazas contra la independencia de los medios por parte de estas organizaciones</li> <li>Σ Incorporación por parte de organizaciones del estado y del mercado, pérdida de independencia hacia estas organizaciones</li> <li>Σ Falta de un claro 'interés común' llevando a una falta de esfuerzos políticos, complicando el funcionamiento de las organizaciones representativas e impidiendo la emergencia de un movimiento de medios comunitarios bien definido</li> </ul>
--	--	--	--	---

## PARA RESUMIR

Los cambios en el campo de la comunicación para el desarrollo descritos se pueden resumir de la siguiente manera:

### 1. El Crecimiento de un Entendimiento más Profundo de la Naturaleza de la Comunicación

La perspectiva hacia la comunicación ha cambiado. Los primeros modelos de los años 50 y 60 consideraban al proceso de comunicación sencillamente como un mensaje dirigido por un emisor hacia un receptor (es decir el modelo clásico de Laswell E-M-R). Se ponía énfasis en el emisor y en el medio; se acentuaba la libertad de prensa, la ausencia de censura, etc. Desde los años 70, la comunicación se ha centrado más en el receptor y el mensaje.

Se pone ahora mayor énfasis en el proceso de comunicación (es decir, el intercambio de significados) y sobre la significación de este proceso (es decir, las relaciones sociales creadas por la comunicación y las instituciones y el contexto que resultan de estas relaciones). Como resultado, el enfoque ha cambiado desde el ‘comunicador’ hacia una orientación más centrada en el ‘receptor’, lo cual trae como consecuencia un énfasis sobre el significado buscado y adscrito más que sobre la información transmitida.

### 2. Un Nuevo Entendimiento de la Comunicación como un Proceso en Dos Sentidos

Con este cambio de enfoque, ya no se trata de crear una necesidad para la información que se disemina, sino que más bien se disemina información para la cual existe una necesidad. Se pone el énfasis en el intercambio de información más que en la persuasión del modelo de difusión.

La visión “oligárquica” de la comunicación implicaba que la libertad de información era un derecho de sentido único desde el nivel superior hacia el nivel inferior, desde el Centro hacia la Periferia, desde una institución hacia un individuo, desde una nación rica en comunicación hacia una nación pobre en comunicación, etc.

Hoy en día, se reconoce cada vez más la naturaleza interactiva de la comunicación. Hoy se considera fundamentalmente como de dos sentidos más que de sentido único, interactiva y participativa más que lineal.

### 3. Un Nuevo Entendimiento de la Cultura

La perspectiva cultural se ha vuelto central en el debate sobre comunicación para el desarrollo. La cultura no sólo es el medio ambiente visible, no-natural de una persona, sino primordialmente su contexto normativo. Por consiguiente, nos hemos movido desde un enfoque mecánico más tradicional que privilegiaba criterios económicos y materialistas hacia apreciaciones más múltiples de perspectivas holísticas y complejas.

### 4. La Tendencia hacia la Democracia Participativa

El final de la era colonial trajo consigo el surgimiento de muchos estados independientes y la difusión de los principios democráticos, aunque sólo fuera a nivel ideal. Aunque a menudo ignorada a nivel práctico, la teoría honra a la democracia. Gobiernos y/o intereses privados poderosos siguen controlando ampliamente los medios mundiales de comunicación, pero se entonan más con y están más conscientes de los ideales democráticos que antes. Al mismo tiempo, los niveles de alfabetización se han elevado, y ha habido un mejoramiento notable de la habilidad de la gente en manejar y utilizar la tecnología de la comunicación. Por consiguiente, cada vez más gente puede utilizar los medios de comunicación y ya no se le puede negar el acceso y la participación en los procesos de comunicación por falta de habilidades comunicativas y técnicas.

#### 5. Reconocimiento del Desequilibrio en Recursos de Comunicación o en el Ambito Digital

La disparidad en recursos de comunicación entre diferentes partes del mundo se reconoce cada vez más como algo preocupante. Mientras las naciones del Centro desarrollan sus recursos, el abismo entre el Centro y la Periferia va creciendo. Los argumentos a favor de una distribución más balanceada e igualitaria de los recursos de comunicación sólo se pueden discutir en términos de poder a nivel local, nacional e internacional. El intento por parte de élites de poder a nivel local de controlar totalmente los canales modernos de comunicación –prensa, radio y televisión, educación y burocracia- ya no garantiza el control de todas las redes de comunicación en una sociedad dada. Así como el control de los medios masivos de comunicación ya tampoco asegura apoyo a las fuerzas de control, ni a la movilización en torno a sus objetivos, ni a la represión eficaz de la oposición. Algunos argumentan que, gracias a los nuevos ICTs, especialmente Internet y WWW, se debería reorganizar el debate en el ámbito digital; sin embargo, otros son más escépticos y menos optimistas.

#### 6. La Tendencia Creciente de la Globalización y del Carácter Híbrido de la Cultura

Parece que los mayores ímpetus hacia una nueva formulación de las libertades de comunicación y la necesidad de políticas y planificaciones de comunicación realistas procedieron de la toma de conciencia de que el flujo internacional de comunicación se ha convertido en el transmisor principal de la globalización cultural. Este carácter híbrido de la cultura puede ocurrir sin relaciones perceptibles de dependencia.

#### 7. Un Nuevo Entendimiento de Lo que está Pasando Dentro de los Límites del Estado-Nación

Debemos aceptar que los factores “internos” y “externos”, que inhiben el desarrollo, no existen independientemente unos de otros. Entonces, para entender y desarrollar una buena estrategia, se deben entender las relaciones de clase presentes en cada sociedad periférica en particular, así como, por un lado, la manera en que estas estructuras se articulan con el Centro y, por otro lado, con las clases productoras en el Tercer Mundo. Por ejemplo, al discreditar a las clases dirigentes del Tercer Mundo como meras marionetas cuyos intereses siempre son mecánicamente sinónimas a los del Centro, se ignoran las realidades de una relación mucho más

compleja. La misma inequidad y naturaleza contradictoria del proceso capitalista de desarrollo produce necesariamente una relación en constante evolución.

#### 8. Reconocimiento del “Impacto” de la Tecnología de Comunicación

Algunos sistemas de comunicación (por ejemplo, grabaciones en audio y video, copias, radio y especialmente Internet) se han vuelto baratos y tan sencillos que los argumentos para regularlos y controlarlos a nivel central, así como la posibilidad de hacerlo, se han vuelto irrelevantes. Sin embargo, otros sistemas (por ejemplo, satélites, registros a distancia, flujos de datos ultrafronteras) siguen siendo muy caros. Están fuera del alcance financiero de los pequeños países y de los “pobres”. Además, quizás no sean convenientes para medio-ambientes locales.

#### 9. Desde la Sociedad de Información hasta las Sociedades del Conocimiento

La información ha sido considerada como el principal sector de crecimiento en la sociedad, especialmente en las economías industriales avanzadas. Sus tres líneas -computación, telecomunicaciones y radio-televisión- han ido evolucionando históricamente como tres sectores separados pero, gracias a la digitalización, actualmente estos sectores han ido convergiendo.

A lo largo de la década pasada se ha podido observar una desviación gradual desde una definición tecnológica de la Sociedad de Información hacia definiciones más socio-económicas. El término de Sociedades de Conocimiento (en plural, porque hay muchas vías) expresa mejor este cambio de énfasis desde ICTs como ‘motores’ de cambio, hacia una perspectiva en donde estas tecnologías son consideradas como instrumentos que pueden proveer nuevas potencialidades de combinación entre la información inherente en los sistemas de ICTs por un lado y las potencialidades creativas y los conocimientos inherentes a la gente por otro lado: “Estas tecnologías no crean por sí solas las transformaciones en las sociedades; son diseñadas e implementadas por gente en sus contextos sociales, económicos y tecnológicos” (Mansell & When, 1998: 12).

El conocimiento tecnológico es más que información. Conocimiento es el sentido o el significado que la gente le da a la información. Significado no es algo que se entrega a la gente, la gente misma crea/interpreta significados. Si el conocimiento se quiere utilizar de manera eficiente para ayudar a la gente, debe ser interpretado y evaluado por aquéllos a quienes se quiere ayudar. Para esto es necesario que la gente tenga acceso a la información sobre temas que afectan sus vidas y también es necesario que la gente sea capaz de hacer sus propias contribuciones a los procesos de decisión política. El entendimiento del contexto en el cual el conocimiento se mueve -factores de control, selección, propósitos, poder y capacidad- es esencial para entender cómo las sociedades pueden volverse más hábiles en el aprendizaje, la generación de y la actuación sobre el conocimiento.

#### 10. Un Nuevo Entendimiento hacia la Integración de Diferentes Significados/Medios de la Comunicación

Los medios masivos de comunicación modernos y las redes alternativas o paralelas de medios populares o los canales interpersonales de comunicación no son mutuamente exclusivos por definición. Contrariamente a las creencias de los teóricos de la difusión, son más



eficientes si son utilizados apropiadamente de modo integrado, de acuerdo a las necesidades y las restricciones del contexto local. Los medios masivos de comunicación modernos, al haber sido trasplantados mecánicamente desde afuera en las sociedades del Tercer Mundo, conocen grados variados y limitados de penetración. Rara vez se encuentran verdaderamente integrados en las estructuras institucionales como lo son en las sociedades occidentales. Sin embargo, pudieran ser combinados de manera eficiente, siempre y cuando se establezca entre ellos una división funcional del trabajo y siempre y cuando se reconozcan los límites de los medios de comunicación.

## 11. El Reconocimiento de las Estructuras Duales o Paralelas de Comunicación

Los gobiernos o los gobernantes ya no son capaces de operar eficazmente, controlar, censurar, o jugar un papel de portero frente a todas las redes de comunicación a cada momento y en todas las sociedades. Tanto las redes alternativas como las paralelas, que no siempre son activas, a menudo funcionan por medio de estructuras políticas, socio-culturales, religiosas o de clase, o se pueden basar en canales seculares, culturales, artísticos o folclóricos. Estas redes se caracterizan por ser altamente participativas, creíbles y fuertemente integradas de manera orgánica en otras instituciones profundamente arraigadas en una sociedad dada.

## REFERENCIAS

- BERQUÉ, P., FOY, E., GIRARD B. (1993). *La passion radio. 23 expériences de radio participative et communautaire à travers le monde*, Paris: Syros.
- BERRIGAN, F. J. (1977). *Access: some Western models of community media*, Paris: Unesco.
- BERRIGAN, F. J. (1979). *Community communications. The role of community media in development*, Paris: Unesco.
- CARPENTIER, N., LIE, R. & SERVAES, J. (2001). *Making Community Media Work report prepared for UNESCO*, Paris, 50 pp + CD-Rom.
- DE CUELLAR J.P. (1995). *Our Creative Diversity. Report of the World Commission on Culture and Development*, Paris: UNESCO.
- FRASER, C. & RESTREPO-ESTRADA, S. (1998). *Communicating for Development. Human Change for Survival*, London-New York: I.B. Tauris Publishers.
- FRASER, C., RESTREPO, ESTRADA S. (2000). *Community radio handbook*, Paris: UNESCO.
- FREIRE P. (1970). *Cultural Action for Freedom*, Harmondsworth: Penguin.
- FREIRE P. (1973). *Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*, Mexico: Siglo XXI.
- FREIRE, P. (1983). *Pedagogy of the Oppressed*, New York: Continuum.
- FREIRE P. (1994). *Pedagogy of Hope. Reliving Pedagogy of the Oppressed*, New York: Continuum.
- GIRARD, B. (ed.) (1992). *A passion for radio*, Montréal: Black Rose Books.
- LERNER D. (1958). *The passing of traditional society. Modernizing the Middle East*, New York: Free Press.

- LEWIS, P. (ed.) (1993). *Alternative media: linking global and local*, Paris: Unesco.
- LIE, R. (2003). *Spaces of Intercultural Communication. An interdisciplinary Introduction to Communication, Culture, and Globalizing/Localizing Identities*, Creskill: Hampton Press. IAMCR Book Series
- MacBRIDE, S. (ed.) (1980). *Many Voices, One World: Communication and Society. Today and Tomorrow*, UNESCO: Paris.
- MANSELL, R. & WHEN U. (ed.) (1998). *Knowledge Societies. Information Technology for Sustainable Development*, Oxford: Oxford University Press.
- MARTIN-BARBERO, J. (1993). *Communication, culture and hegemony. From the media to mediations*, London, Newbury Park, New Delhi: Sage.
- MOWLANA H. & L. WILSON (1987). *Communication and Development: A global assessment*, Paris: UNESCO.
- O'CONNOR A. (1990). «Radio is fundamental to democracy». *Revista Media Development*, 37 (4).
- O'SULLIVAN-RYAN, J., KAPLUN, M. (1979). *Communication methods to promote grass-roots participation*, Paris: Unesco.
- PATEMAN, C. (1972). *Participation and democratic theory*, Cambridge: Cambridge University Press.
- PREHN, O. (1991). "From small scale utopism to large scale pragmatism" en N. JANKOWSKI, PREHN, OLE, STAPPERS, JAN (Eds.). *The people's voice. Local radio and television in Europe*, London, Paris, Rome: John Libbey, pp. 247-268.
- ROGERS, E.M. (1983). *Diffusion of Innovations*, New York: The Free Press. 3rd Ed.
- REYES MATTA, F. (1986) "Alternative Communication: Solidarity and development in the face of transnational expansion" en ATWOORD, R. MCANANY E. (eds.). *Communication and Latin American Society. Trends in critical research 1960-1985*, Madison: University of Wisconsin Press, pp. 190-214.
- SCHRAMM W. (1964). *Mass media and national development. The role of information in the developing countries*, Stanford: University Press.
- SERVAES, J. (1999). *Communication for Development. One World, Multiple Cultures*, Creskill: Hampton Press.
- SERVAES, J. (2003). *Approaches to Development. Studies on Communication for Development*, Paris: UNESCO.
- SOMAVIA J. (1977). "Third World participation in International Communication. Perspective after Nairobi" en *International Communication and Third World Participation*, Amsterdam, September.
- SOMAVIA J. (1981). «The democratization of communication: from minority social monopoly to majority social representation». *Revista Development Dialogue*, 2.